



Centro Universitário de Brasília
Instituto CEUB de Pesquisa e Desenvolvimento - ICPD

LÍVIA TAMIRIS VASCONCELOS

**O USO DOS MEIOS DIGITAIS NA EVANGELIZAÇÃO DA
JUVENTUDE**
UM ESTUDO DOS *JOVENS CONECTADOS*, O CANAL DE
COMUNICAÇÃO DA CNBB COM A JUVENTUDE.

Brasília
2013

LÍVIA TAMIRIS VASCONCELOS

**O USO DOS MEIOS DIGITAIS NA EVANGELIZAÇÃO DA
JUVENTUDE**

UM ESTUDO DOS *JOVENS CONECTADOS*, O CANAL DE
COMUNICAÇÃO DA CNBB COM A JUVENTUDE.

Trabalho apresentado ao Centro Universitário de Brasília (UniCEUB/ICPD) como pré-requisito para obtenção de Certificado de Conclusão de Curso de Pós-graduação *Lato Sensu* em Gestão da Comunicação nas Organizações.

Orientador: Bruno Nalon

Brasília
2013

LÍVIA TAMIRIS VASCONCELOS

**O USO DOS MEIOS DIGITAIS NA EVANGELIZAÇÃO DA
JUVENTUDE**

Trabalho apresentado ao Centro
Universitário de Brasília (UniCEUB/ICPD)
como pré-requisito para a obtenção de
Certificado de Conclusão de Curso de
Pós-graduação *Lato Sensu* Gestão da
Comunicação nas Organizações.

Orientador: Prof. Bruno Nalon.

Brasília, ____ de _____ de 2013.

Banca Examinadora

Prof. Dr. Nome completo

Prof. Dr. Nome completo

**Dedico esse trabalho aos jovens que não deixam
de viver sua juventude para viver a sua fé.**

AGRADECIMENTO

Agradecer é manifestar gratidão àqueles que estiveram conosco durante o caminho, participaram, ensinaram e não nos deixaram desistir quando as pedras surgiram. É uma retribuição pelo bem que nos fez.

Por isso, começo agradecendo a Deus pelo dom da vida e oportunidade de conseguir realizar esse sonho. A Nossa Senhora, minha intercessora, guia e que está sempre à frente na minha jornada.

À minha família, pais e irmãos, meu porto seguro, apoio e fortaleza nos momentos conturbados que tive durante esse processo. Aos colegas da pós pela amizade, parcerias e ajuda na escolha do tema. Ao orientador, Bruno Nalon, que abraçou o projeto e incentivou-me durante toda elaboração.

E principalmente, aos Jovens Conectados, que me autorizaram a fazer esse estudo, pela colaboração e auxílio quando foi preciso. Em especial ao Padre Carlos Sávio Ribeiro da Costa, pela permissão da análise do projeto; ao Caio Lima, pela divulgação dos questionários aos usuários; e aos editores de conteúdo pela disponibilidade de participar das entrevistas: Felipe Rodrigues, Fernando Geronazzo, Moisés Oliveira e Tiago Miranda.

“O jovem não é chamado a transformar o mundo, mas sim contribuir para a transformação dele. O jovem deve defender esses valores que, no fundo, ele acredita, mas que, nem sempre, consegue viver numa sociedade com tanta contestação.”

Dom Eduardo Pinheiro
Bispo Auxiliar de Campo Grande (MS) e Presidente da
Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude da CNBB

RESUMO

O trabalho objetiva compreender como a comunicação é utilizada na evangelização dos jovens nas redes sociais. Porquanto se analisou os meios digitais, enfocando no estudo das redes sociais. E a religião, desde o primórdio até a religião em questão, a Católica Apostólica Romana. Para assim conhecer o projeto da Comissão da Juventude da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB): os Jovens Conectados – o embasamento nos Documentos da CNBB, o lançamento e o desenvolvimento. Logo, foram realizadas duas pesquisas: a primeira uma entrevista com os editores de conteúdo dos Jovens Conectados a fim de descobrir como é processo de criação e editoração das notícias divulgadas; e a segunda um questionário quantitativo com os usuários dos meios digitais dos Jovens Conectados para conhecer como eles recebem, utilizam e propagam as informações encontradas. Com isso, foi possível relatar que os objetivos do projeto estão sendo alcançados, além de que serem inspiração para outras comunidades no uso da comunicação *on-line*. Em vista disso, infere-se que a conexão dos jovens usuários e os editores de conteúdos foi estabelecida através da adequação da linguagem sem perder os valores da instituição.

Palavras-chave: Meios Digitais. Religião. Jovens Conectados

ABSTRACT

This monograph aims to understand how communication is used in the evangelization of young people on social network environments. For that, digital means of communication were analyzed, focusing on the study of social network environments, as so as the religious aspects, from the beginning of its historical manifestations to the reviewed religion, the Roman Catholic Belief. From this basis on, the master young project of the *Conferência Nacional dos Bispos do Brasil – Jovens Conectados* – got analyzed according to the documents and strategies of the CNBB. After that, two surveys drew attention: the very first one, an interview with the *Jovens Conectados* editors in order to discover how the process of creation and editing of news works; the second one, a quantitative questionnaire with *Jovens Conectados* members to meet how they receive, use and propagate the information encountered. The positive results of both surveys showed that the project objectives are being accomplished and that the project is a very specific reference for other communities in the use of online communication. According to this scenario, it appears that the connection of young users and editors was well established through the proper language without losing the values of the institution.

Key words: Digital Media. Religion. Jovens Conectados.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	09
1 A INTERNET	12
1.1 O início	12
1.2 As redes sociais na internet	14
1.2.1 Os elementos	14
1.2.2 A dinâmica	17
1.2.3 Os sites	19
1.2.4 Difusão da informação	20
1.3 O uso das redes sociais	22
2 A RELIGIÃO	27
2.1 A filosofia da religião	29
2.2 O Cristianismo	31
2.2.1 O Catolicismo	34
3 OS JOVENS CONECTADOS	37
4 METODOLOGIA	43
4.1 Coleta de dados	44
4.1.1 Entrevista com editores de conteúdo	44
4.1.2 Questionários com os usuários dos Jovens Conectados	47
CONSIDERAÇÕES FINAIS	58
REFERÊNCIAS	61
APÊNDICE A Entrevista Felipe Rodrigues	63
APÊNDICE B Entrevista Fernando Geronazzo	65
APÊNDICE C Entrevista Moisés Oliveira	67
APÊNDICE D Entrevista Tiago Miranda	68
APÊNDICE E Questionário com os usuários	70

INTRODUÇÃO

As inovações vindas com as redes sociais, além de terem atingido aos usuários da *internet*, modificaram as formas de relacionamento e comunicação entre as pessoas. Observa-se que essas mudanças vieram a acrescentar e dinamizar o conhecimento, as informações e os conteúdos transmitidos através dos meios digitais. Além de alterar a maneira de interação na internet, tornando o mundo cada vez mais interligado não só virtualmente, mas também no “mundo real” e influenciando a sociedade inteira.

A Igreja Católica Apostólica Romana também passou a utilizar as novas mídias como ferramentas para evangelização. O advento da *internet* permitiu a utilização de sites, redes sociais, blog e demais ferramentas como formas para propagar a fé e disponibilizar documentos e informações para os fiéis. Com isso, a Igreja se aproximou do seu público, através de uma linguagem mais direta e adequada para cada segmento do público-alvo. Pois é possível dividir os fieis em *targets* diferentes: as crianças, os jovens, os adultos, os casais, os sacerdotes, os consagrados, e assim por diante.

Um exemplo disso é a estratégia de comunicação utilizada pela Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), que há dois anos criou um site e perfis nas redes sociais para comunicar-se com os jovens utilizando o nome de “Jovens Conectados” (www.jovensconectados.org.br). O objetivo do site é ser o canal entre as diversas expressões da juventude, a fim de se conhecerem e se articularem para buscar sempre a melhor evangelização dos jovens. O site e as redes sociais além de

cumprir o objetivo, trazem notícias e informações de temas relacionados à juventude em âmbito nacional e internacional, como a Jornada Mundial da Juventude, sobre as doutrinas da Igreja e acontecimentos da Igreja de relevância juvenil.

Com o intuito de compreender o que mudou na comunicação da Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude, projeto apresentado neste estudo como Jovens Conectados, com os jovens após a implementação do site e redes sociais é que está pesquisa foi feita. A fim de descobrir o que realmente foi eficaz e quais transformações trouxeram para os jovens, usuários desses conteúdos.

O foco deste trabalho acadêmico é a compreensão sobre a nova maneira de evangelização da juventude adotada pela Igreja Católica no Brasil, como forma de aproximação com os jovens através dos Jovens Conectados.

Para isso, é necessário esclarecer alguns pontos sobre como o meio digital tem colaborado com a evangelização, o principal é: como a comunicação é utilizada pela Igreja na evangelização da juventude, através das novas mídias. E outros pontos são: como é feito o trabalho de desenvolvimento com o site e as redes sociais; quem produz os conteúdos disponibilizados no site e nas redes sociais; quem são os jovens que são atingidos através do site e das redes sociais; quais são os objetivos dos usuários que buscam informações no site e nas redes sociais; como os jovens recebem, utilizam e propagam as informações encontradas no site e nas redes sociais; como é a mensuração de alcance das mensagens disponibilizadas no site e nas redes sociais?

Sob o aspecto social, essa pesquisa surge para apresentar a qualidade dos trabalhos desenvolvidos pela Igreja Católica Apostólica Romana, especificamente os Jovens Conectados, suas influências na vida dos seus fiéis e admiradores dos trabalhos desenvolvidos pela instituição.

Do ponto de vista acadêmico, contribuirá para avaliar como os Jovens Conectados estão desenvolvendo e utilizando as redes sociais no cotidiano das instituições/empresas; além de entender como a boa gestão da comunicação é capaz de ter eficácia, ser relevante e eficiente na divulgação da mensagem.

Em relação aos aspectos subjetivos, surgiu o interesse desse tema devido à curiosidade de avaliar como os Jovens Conectados aproximaram e evangelizaram os jovens nesses anos de existência. Para assim colaborar e trazer as percepções do público para os criadores de conteúdo. Por ser uma jovem conectada, ligada à equipe editorial, nasceu o interesse de pesquisar e mensurar as modificações na comunicação entre jovens e a Igreja após a criação do site dos Jovens Conectados.

O objetivo geral deste trabalho é compreender como a comunicação é utilizada pela Igreja Católica na evangelização da juventude através das novas mídias, observar seu fortalecimento e aproximação com os jovens.

Sendo os objetivos específicos: observar como a Igreja Católica adequou a evangelização aos meios digitais; realizar um diagnóstico de como ocorre a elaboração dos conteúdos e seu *feedback*; descobrir o perfil dos usuários que utilizam os meios digitais de evangelização e entender como essa informação é utilizada pela equipe editorial do site.

O trabalho está dividido em quatro partes, além da introdução. Sendo uma delas uma dedicada ao desenvolvimento teórico do objeto em estudo e outra a metodologia do trabalho. Seguindo da apresentação e discussão do estudo de caso em questão. Finalizando com as considerações finais, o que se conclui com o objetivo, do trabalho.

1 A INTERNET

1.1 O início

A rede de comunicação via computadores originou-se pelos militares dos Estados Unidos (EUA) após a II Guerra Mundial devido à necessidade de criar uma comunicação à longa distância e sem o risco de ser atingido por bombardeio. Sendo eficiente e determinante em outra possível guerra.

Com a ameaça da Guerra Fria, os Estados Unidos o começaram os investimentos na rede de comunicação, agora, sob a responsabilidade da comunidade acadêmica. O projeto foi desenvolvido pela *Advanced Reserch Projects Agency* (Arpa), órgão responsável pelas pesquisas científicas e tecnológicas militares do governo, que criou a rede a distancia, batizada de Arpanet. O funcionamento, em 1972, ocorreu com a ligação de quatro computadores em pontos distintos do país, comprovando a eficácia da comunicação em rede:

Os cientistas responsáveis pela façanha enviaram da Universidade da Califórnia uma mensagem (...). Minutos depois, as respostas positivas das outras três localidades mostravam que a experiência fora bem-sucedida: era possível se comunicar à distancia enviando informações de um computador para outro, através dos cabos subterrâneos que formavam a infraestrutura de telecomunicações americanas. (VIEIRA, 2003, p. 5).

Após o teste bem-sucedido, as conexões em rede cresceram em grande ritmo e atingiram o mundo, além do militar e acadêmico. No entanto, foram os acadêmicos Viton Cerf e Robert Kahn que criaram o mecanismo de conexão de comunicação entre computadores ligados à rede. O mecanismo chamado de

protocolo TCP/IP – protocolo de transmissão de controle de transmissão e protocolo de internet – responsáveis pela aplicação, transporte e recebimentos das mensagens. Devido a esse protocolo, a comunicação em rede recebeu o nome de Internet. Os arquivos eram trocados por meio de protocolos de transferência de dados, o FTP (*file transfer protocol*), protocolos de transferência de mensagens, o SMTP (simple mail transfer protocol) – mais conhecido como e-mail.

Até então restrita, a Internet se popularizou com o surgimento da teia de alcance mundial: *Word Wide Web*, conhecida como “www”, ou simplesmente como web. Criada pelo inglês Tim Berners-Lee em 1990, essa consistia no armazenamento de informações dos computadores ligados a Internet, que era acessada com um clique. Isso era possível graças à tecnologia do *hiperlink* – ligação dos documentos da rede, com acesso de qualquer computador, ligado a Internet.

A interface utilizada era somente tela e texto, mas em 1993, o programador Marc Andreessen criou o *Mosaic* – um *software* com interface que possibilitava a visualização de imagens, gráficos e sons; além dos textos. Foi o começo do que conhecemos hoje como programa de navegação: o site.

Em pleno desenvolvimento tecnológico, a Internet chegou ao Brasil em 1988 quando a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) em parceria ao centro de pesquisa científica Fermilab, dos Estados Unidos, executou a conexão em rede. Assim como nos EUA, o governo federal brasileiro foi o principal investidor da tecnologia e desenvolvimento da Internet no país. Em 1992, o Ministério de Ciência e Tecnologia criou a Rede Nacional de Pesquisa a fim de produzir a infraestrutura de cabos da rede mundial de computadores, chamada de *link* internacional.

Os direitos de acesso à rede no Brasil eram estatizados, ou seja, todo o controle e comercialização pertenciam ao Estado. Entretanto, no governo do Presidente Fernando Henrique Cardoso (1994-1998), houve a desestatização do setor de telecomunicações; assim as operadoras estatais só poderiam comercializar para o mercado corporativo, as demais comercializações começaram a ser feitas por empresas privadas.

A difusão da Internet foi ligeira, porquanto já em 2000 a venda de computadores foi maior que a de aparelhos de TV¹. E também, o Brasil, se tornou referência em transações bancárias via Internet; além dos meios de comunicações tradicionais se adaptarem rapidamente a nova interface. Segundo Vieira (2003), a prova definitiva de que a Internet havia chegado realmente para valer na vida das pessoas foi a criação da declaração *on-line* do Imposto de Renda, da Receita Federal.

1.2 As redes sociais na internet

1.2.1 Os elementos

As redes sociais são compostas por dois elementos: os autores, indivíduos que utilizam a rede para divulgar, informar notícias, informações; e as conexões, relações estabelecida entre os autores. Essa se subdivide em: interação, base das relações e dos laços sociais; relação, a interação entre os autores; laços sociais, a

¹ De acordo com dados do censo de 2000, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 4,7 milhões de domicílios brasileiros possuem pelo menos um computador, correspondendo a 10,6% dos domicílios. Sendo que em 2010, a porcentagem de domicílios com computadores passou a ser 38,3%.

conexão entre os autores nas interações; e capital social, o indicativo da conexão entre os autores na rede social.

Os autores são, segundo Recuero (2009), pessoas envolvidas na rede que se analisa, atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços. Ou seja, são aqueles que usam as redes sociais para se manifestarem utilizando as plataformas disponíveis de forma individual, por exemplo, no Facebook, ou de forma coletiva, como nos blogs com mais de um autor. A percepção de um autor pelos demais é essencial para que a comunicação seja efetiva entre eles. Por isso, é preciso que cada autor tenha uma identidade no ciberespaço.

Essa é construída por meio das informações pessoais, do modo de expressão, da interação social e serão essenciais para as conexões estabelecidas em rede. E para serem reconhecidos, seja pelo *link* (do blog), seja pelas representações performáticas (sua apresentação nas redes sociais). A identificação é percebida através das interações e conexões entre eles. Assim, compreende as representações, as percepções e as interações dos autores.

A interação social é constituinte dos laços sociais, que formam as conexões nas redes sociais. A interação social é explicada por Parsons e Shill (1975 apud RECUERO, 2009, p.31), como a interação compreende sempre o *alter* e o *ego* como elementos fundamentais, onde um constitui-se em elemento de orientação para o outro. Assim, uma ação depende da reação do outro. Por outro lado, Watzlawick, Beavin e Jackson (2000 apud RECUERO, 2009, p.31) entendem a interação como um processo sempre comunicacional, devido à atuação daquela sobre a natureza das relações – a comunicação entre os autores.

As interações podem ocorrer de duas formas, relacionadas à ferramenta utilizada na rede. O uso de ferramentas de resposta instantânea, como chat e *Messenger*, são interações síncronas, a interação é em tempo real. Já o e-mail e fórum, que não dependem necessariamente de resposta imediata, são as interações assíncronas, a interação pode ocorrer depois sem prejuízo à comunicação. No entanto, alguns casos, as assíncronas podem ser síncronas, o inverso não é possível. Também há outra classificação para as interações, a mútua e a reativa, estabelecidas por Primo (2003 apud RECUERO 2009, p. 32). A mútua é caracterizada por relações e processos entre atores participativos e dependentes entre si, enquanto a reativa é limitada às relações de estímulo e resposta, construída e com impacto social.

Dessa forma, é considerado que o conjunto de interações estabelece as relações sociais, que assim são determinadas como uma grande quantidade de interações. Sendo capazes de construir ou acrescentar algo durante o processo interativo. E por sequência, as relações e as interações constituem os laços sociais.

Os laços sociais se relacionam ao grau de interação entre os autores, e assim, são divididos em dois: laço associativo e laço dialógico ou relacional. O laço associativo é determinado pelo sentimento de pertencimento a um grupo relacionado à interação reativa (p. ex: decidir ser amigo de alguém no Facebook), sendo considerado um laço fraco, em que apenas se conecta as redes sociais, sem proximidade e intimidade. Quanto ao laço reacional, há interação mútua com diversos indivíduos nas redes sociais (p. ex: conversas em chat) formando um laço forte com intimidade, proximidade e maior conexão entre os autores.

Outro indicativo de conexão entre os participantes de uma rede social é o capital social. Segundo Putnam (2000 apud RECUERO 2009, p. 45), capital social

“refere-se à conexão entre indivíduos – redes sociais e normas de reciprocidade e confiança que emergem dela”.² Em que o capital depende das associações entre os autores, o aprofundamento de seus laços e a formação dos grupos. Associado a esse conceito está à construção do valor social individual e coletivo. O aspecto individual é o de pertencimento à rede social em benefício próprio, que tem reflexo direto ao aspecto coletivo. Tendo três elementos centrais no conceito: a obrigação moral e normas; a confiança e senso cívico; e a associação voluntária às redes sociais. Sendo todos fundamentais para desenvolvimento das comunidades, pois quanto maior o valor coletivo do capital social estiver fortalecido, maior será a apropriação individual do capital. Assim o capital social favorece o entendimento dos laços sociais e da formação dos tipos de rede social que ocorrem na Internet, devido à dinamização constante nela ocorridas.

1.2.2 A dinâmica

A Internet, assim como tudo que nela há, não é um elemento estático, mas em constante transformação. Ou melhor, as estruturas são dinâmicas que se modificam ao longo do tempo influenciadas pelas interações dos autores. Por isso é importante observar alguns aspectos que geram essa dinamização, como: cooperação, competição, conflito; ruptura e agregação; e adaptação e auto-organização.

Os elementos dinâmicos – identificados como cooperação, competição e conflito – são entendidos como processos sociais que influenciam a rede. São

² Tradução de Recuero para: “Refers to connection among individuals – social networks and the norms of reciprocity and trustworthiness that arise from them”

dependentes do contexto inserido, pois está ligada a interação, sendo a cooperação dada ao interesse individual, envolvendo o capital social e objetivando o interesse coletivo. A competição é entendida como a luta social, e o conflito é o embate de interesses entre os autores. Em que cada um causa um impacto diferenciado na estrutura social:

Enquanto a cooperação é essencial para a criação e a manutenção da estrutura, o conflito contribui para o desequilíbrio. A competição, por outro lado, pode agir no sentido de fortalecer a estrutura social, gerando cooperação para atingir um fim comum, proporcionar bens coletivos de modo mais rápido, ou mesmo gerar conflito, desgaste e ruptura nas relações. (RECUERO, 2009, p. 83).

Podendo assim um conflito ou competição ser benéfico dentro de uma mesma rede quando entra em atrito com outra. Pois a partir disso, a rede se fortalecerá com a maior proximidade dos autores para competir ou conflitar com outra rede. De forma que, os processos são essenciais na dinamização das redes sociais e não são elementos estáticos.

Isso pode gerar duas consequências, se for um conflito desequilibrado gera uma ruptura; se não, maior agregação. Esses dois elementos são dinâmicas previstas, pois se tratando de pessoas é natural que ao longo do tempo se desliguem ou fortaleça a ligação no grupo. Contudo para agregação é preciso um autor mais influente, um conector, que seja importante e determinante na rede.

Segundo Parsons (1969, apud RECUERO, 2009, p 87), a adaptação é um dos principais problemas a ser resolvidos pelo sistema social. Em vista disso, é função do sistema construir novas estruturas para aumentar a capacidade adaptativa, funcionando como uma evolução do sistema. À medida que as pessoas se adaptam ao sistema, são capazes de se auto-organizarem através das interações e propagação de informações. Dessa maneira, as redes sociais estarão em

constante transformação, mas os autores sempre terão a capacidade de adaptação. Por isso é considerado um aspecto emergente, devido à rápida alteração.

1.2.3 Os sites

Usualmente chamado apenas de redes sociais, a ferramenta de suporte da rede social, ou seja, o *software* é nomeado de sites de redes sociais. Por ser um sistema que permite a criação de perfil pessoal, a interação entre os participantes e a exposição pública dos mesmos. O diferencial dos sites de redes sociais para outros meios de comunicação *on-line* é a capacidade de visualização e articulação, em que é possível manter contato com os laços sociais *off-line*.

Segundo Boyd e Ellison (2007 apud RECUERO, 2009, p.102), Os sites de redes sociais são divididos por dois elementos: estrutura, os contatos adicionados nas redes sociais e a conexão entre eles; e apropriação, a utilização da ferramenta. Dessa divisão, decorrem os dois tipos de sites de redes sociais, os estruturados e os apropriados.

Os estruturados são chamados de site de redes sociais propriamente ditos. Constituem na exposição dos atores, seus perfis, sua conexão com demais atores – Orkut, Facebook e LinkedIn. Nos apropriados não tem a função de perfil, contudo o usuário cria seu perfil ao seu modo. É caso do Twitter, em que o tuiteiro utiliza seu perfil com um objetivo específico. Visto que há vários objetivos dos participantes das redes sociais, dependendo da motivação. Essas podem ser pessoal, de integração, compartilhamento. Nesse caso, as redes sociais são utilizadas de diferentes formas

por diferentes pessoas e, também, diferentes redes sociais são utilizadas de maneiras diferentes pela mesma pessoa.

Devido ao modo, alguns valores são importantes ao se falar sobre a apropriação dos sites de redes sociais pelos autores. A primeira delas é a visibilidade, como o autor é visto na rede social, sua presença e relação com os demais. A segunda é a reputação, a percepção de um ator pelos demais, como descreve Recuero (2009, p. 109).

A reputação, portanto, é aqui compreendida como a percepção construída por alguém pelos demais autores e, portanto, implica três elementos: o “eu” e o “outro” e a relação entre ambos. O conceito de reputação implica diretamente no fato de que há informações sobre quem somos e o que pensamos, que auxiliam outros a construir, por sua vez, suas impressões sobre nós.

Relacionada a esse valor de percepção, encadeiam-se outros dois valores, a popularidade e a autoridade. A popularidade é a posição estrutural e as interações de um ator na rede social, é uma medida quantitativa de sua localização. Por fim, a autoridade é o poder de influência de um ator com seus conectados na rede social, é percebida pelas interações e divulgação de informações.

1.2.4 Difusão da informação

A capacidade de difundir as informações, intitulado de memes, entre os autores é uma característica prevalecente nas redes sociais. Através dos sites de redes sociais, o alcance e a velocidade das mensagens cresceram consideravelmente, tornando mais acessíveis o acesso aos conteúdos.

Os memes fazem parte da dinâmica das redes sociais, são potencializadores.

E foi definido por Richard Dawkins (2001 apud RECUERO, 2009, p.123), como:

Um 'meme de ideia' pode ser definido como uma entidade capaz de ser transmitida de um cérebro para outro. O meme da teoria de Dawkins, portanto, é essencial da ideia de que é compartilhado por todos os cérebros que a compreendem.

Logo, percebe-se que os memes são as imitações feitas pelos autores de uma informação original também realizada pelo um autor. Tanto que fazem parte de um processo que pode levar à mutação, as variedades de transformação; a retenção, o tempo da informação na rede; e a seleção, o elemento que mais se destaca em relação aos outros. A partir desse processo, é possível classificar os memes de quatro maneiras: fidelidade à cópia, longevidade, fecundidade e alcance.

A fidelidade à cópia, por sua vez se divide em três: replicadores, de caráter informativo, em que a informação é transmitida sem nenhuma ou pouca mudança da forma original; metamórficos, de caráter de debate, a informação passa por total alteração capacitando a interação; e miméticos, de caráter imitativo, são informações alteradas, mas com a mesma estrutura básica da original. A longevidade de um meme pode ser persistente, que duram por muito tempo ou desaparecem e depois voltam; ou voláteis, que duram por pouco tempo.

Em relação à fecundidade são separados em dois: os epidêmicos, propagados em várias redes sociais, como uma epidemia; e fecundos, que são propagados em grupos menores ou em apenas algumas redes sociais. E por último, o alcance do meme é global ou local.

1.3 O uso das redes sociais

Na internet, estão disponíveis diversas redes sociais, cada uma com um objetivo diferente, algumas se interligam e se complementam, outras são completas por si só. Algumas são mundialmente conhecidas, enquanto outras se restringem a países ou a um grupo de pessoas.

Dentre todas, as mais populares utilizadas pelos brasileiros são Facebook que no início do ano de 2012 superou o Orkut³ em número de usuários, Twitter e Youtube⁴. Entretanto, há outras que também são frequentadas por brasileiros, porém, nem tão populares. Como o Flickr, compartilhamento de fotos; o Formspring, site de relacionamento através de perguntas e respostas; o Foursquare, microblogging de localização; LinkedIn, site de relacionamento de negócios; e My space, site de relacionamento que se destaca pela divulgação de músicas e novos músicos. Nesse estudo, o foco será nas seguintes redes sociais: Facebook, Twitter e Flickr.

The Facebook surgiu em 2004 pelo americano Mark Zuckerberg, na universidade de Harvard, pouco depois retiram o “the” do nome, tornando simplesmente: Facebook. O site se inspirava no “Harvard facebook” – guia da universidade com o perfil dos alunos, professores e funcionários entregue aos calouros. O objetivo da rede social era integrar os jovens universitários virtualmente, no início a rede era restrita a alunos de determinadas universidade, só depois de dois anos que se abriu para o mundo, sendo preciso apenas ter um e-mail para ingressar na rede.

³ Orkut: primeira rede social desenvolvida no Brasil, no início dos anos 2000. Baseada em ser rede de relacionamento, fortalecida pelas comunidades, espaço de integração dos membros com um desejo em comum.

⁴ Youtube: site de compartilhamento de vídeos.

Ao ingressar na rede, a pessoa cria um perfil: com informações básicas, como aniversário, além de interesses profissionais, citações e contatos. E a partir dele começa as interações com outros perfis – os amigos – eventos, grupos, páginas de organizações e empresas. A interação com os amigos é feita através do status, respondendo a pergunta “no que você está pensando?” sem limites de caracteres; das publicações na linha do tempo, a página individual do membro; por mensagens, *chats* entre dois ou mais membros; e por comentários nas postagens do *feed* de notícias (o que amigos fazem na rede social).

O campo eventos no Facebook é para divulgar os eventos, podendo ser restrito a um grupo de pessoas ou públicos, no qual qualquer pessoa pode ver e participar. Os grupos são como pequenas comunidades que compartilham algo em comum, no aspecto social, profissional, religioso e afins. Com três categorias, são divididos em: secreto, só os membros convidados para o grupo sabem da existência e tem acesso as publicações; fechado, todos visualizam o grupo, mas só os membros veem as publicações, também preciso ser convidado; e aberto, todos veem o grupo e as suas publicações. E as páginas de organizações e empresas são espaços para divulgação, promoção e interação das mesmas com seus consumidores, para isso é necessário que os usuários “curtam” sua página. Assim esses terão acesso às informações divulgadas em seu *feed* de notícias.

Figura 1: página do Facebook dos Jovens Conectados



Fonte: <https://www.facebook/jovensconectados?fref=ts>

No Twitter, a pergunta a ser respondida é “o que você está fazendo?” com a resposta é em até 140 caracteres, chamado de *tweet*. Outra diferença é que não existe amigo, aqui há seguidores e seguido. Essa rede social foi fundada em 2009 por Evan Williams e Biz Stone, o nome é inspirado em um pássaro – por isso o símbolo é um pássaro – que para informar aos demais o que está fazendo emite um trinado estridente.

O limite de caracteres se assemelha ao do envio de uma mensagem de texto via celular (padrão) de 160 caracteres. As mensagens públicas são chamadas de *tweets*, que podem ser direcionadas a uma pessoa, nesse caso usa o “@” e o nome da pessoa. E os *retweets*, que republica a mensagem de um seguidor: colocando a abreviação “RT” antes do *tweet* ou “via ‘@’” ao final. Há também as mensagens

privadas – *direct message* (DM) – em que apenas as pessoas que enviam e recebem podem ver; para isso é necessário que se “sigam” mutuamente.

Para identificar um assunto em pauta e ligar a outras mensagens do mesmo tema, os tuiteiros costumam utilizar as *hashtag*, simbolizada pelo “#”. Assim é possível identificar os assuntos mais comentados no momento, o *Trending Topics*, ou simplesmente *TT*; que é possível ver na barra lateral do site. Contudo, o site da rede social é pouco utilizado para o envio de mensagens, isso por conta do uso os aplicativos móveis e para desktop do Twitter.

Figura 2: *timeline* Jovens Conectados no Twitter



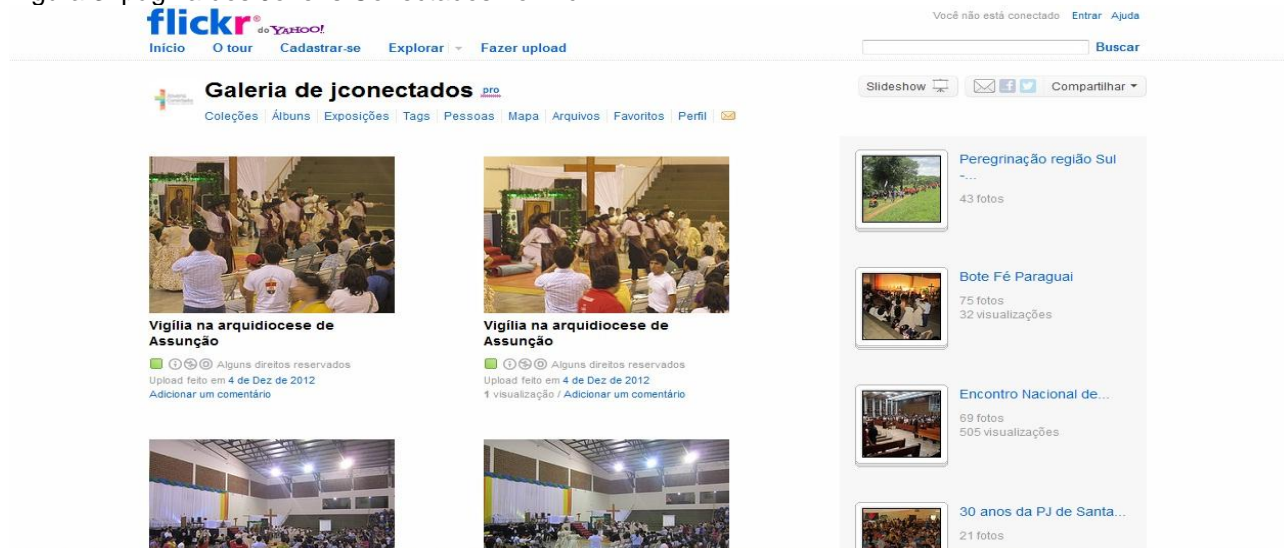
Fonte: www.twitter.com/jconectados

O Twitter pode ser intragrado ao Facebook, caso o usuário deseje, a configuração é realizada no Facebook e todos os *tweets* são publicados em na linha de tempo. E o Flickr pode ser integrado ao Twitter, ao fazer o *uploads* das fotos o Flickr gera uma URL⁵ anexa ao post do Twitter. Um serviço do Yahoo!, o Flickr é um site de compartilhamento de fotos, em que é possível separar as fotos pela

⁵ URL: Uniform Resource Locator (Localizador Padrão de Recursos)

localização (onde foi tirada a foto), por álbuns e *tags*; também é possível comentar as fotos. Os usuários são tanto fotógrafos profissionais, quanto amadores.

Figura 3: página dos Jovens Conectados no Flickr



Fonte: <http://www.flickr.com/people/jovensconectados/>

2 RELIGIÃO

Desde os primórdios da vida humana existe a crença em um ser superior. Em estudos datados há 230.000 anos, observa que eles tinham o hábito de sepultar os mortos, acreditando em algo transcendental e vida pós-morte. Compreende-se, assim, a necessidade do homem de entender o mistério da vida e da morte fundamentado na cultura da crença em deus e na religião.

Além da cultura, a religião está ligada diretamente ideologia e a arte. A ideologia refere-se a um sistema de crenças, de ideias de valores que guiam o comportamento de um determinado grupo de pessoas. Também atinge as formas de organização desse grupo e o modo de vida, tanto o presente quanto a visão do futuro. Na arte, a religião é expressa através dos ritos, músicas e simbolizações. De forma que, a arte esteve presente no desenvolvimento da religião, junto com a história da humanidade, sendo um elo entre elas. Por isso, pode-se dizer que a cultura, a arte, a religião e a sociedade sempre estiveram unidas, uma articulando a outra de forma a compreender e se complementam a fim de escreverem a história da vida humana.

Sendo que não apenas a crença faz parte da condição humana, mas também a busca pelo mistério divino, isto é, a religiosidade. O ser humano não criou a dimensão superior, a encontrou, pois é algo que sempre esteve presente a sua condição. A religiosidade é dividida em três tipos de crenças: os teístas, crentes em Deus; os deístas, não crentes em Deus, mas em um poder “original”; os anti-teístas, não acreditam em Deus e o perseguem. Em que os teístas são divididos em dois: monoteístas, crentes em um Deus, e politeístas, crentes em vários deuses.

Apesar de nos dias contemporâneos a imagem do Deus ser tradicionalmente da figura masculina, a primeira alusão à figura divina é feminina. Simbolizada pela vulva da mulher, expressando a ideia do útero cósmica da Deusa. Assim, até surgir o Deus homem pelos monoteístas judeu-cristão, muitos milênios depois, a Deusa era a figura representativa atribuída de poder gerador e protetora. Os deuses masculinos surgiram nas culturas em que o homem era figura central, o patriarcal – a referência na família, na sociedade, na política.

Com a figura do Deus masculino, a crença em um só Deus – o monoteísmo – se torna dominante nas religiões, como a judaico-cristã e islâmica. Com essa nova configuração, mais uma vez, há divisões: monoteísmo ético, afirmação em um só Deus com base ética; monoteísmo místico, baseado em razões místicas; monoteísmo monárquico, Deus tem soberania absoluta; e monoteísmo trinitário, afirmação de um Deus vivo em três pessoas distintas. Desse modo, as religiões começam a se configurar e estabelecer seus formatos que permanecem até os dias atuais.

Com as transformações no Oriente durante o século XIX, surge o estudo das religiões devido ao processo de ramificação das ciências naturais e humanas. O objetivo desse estudo foi de reconstruir a evolução religiosa da humanidade, subdividido em dois modelos: explicar e compreender a religião. A explicação é construída pela seguinte premissa:

A religião, enquanto distinta do objeto de fé (por sua própria natureza inacessível à pesquisa empírica), é uma manifestação antropológica e histórica que pode e deve, como qualquer outro fenômeno humano, se sujeitar aos métodos da pesquisa crítica. (FILORAMO; PRANDI, 1999, p.9)

Assim, surge a segunda premissa para esclarecer esse modelo, em que a religião possui uma estrutura própria – formada por diversos elementos que compõe

sua verdade. E por outro lado, a compreensão da religião: “técnica psicológica capaz de reviver aquele núcleo experimental no qual se revelaria a essência mesma do fenômeno religioso”. De maneira que seu traço essencial é a autonomia absoluta da religião, pois o seu início e fim depende da experiência religiosa vivida.

Disso, percebe-se que os comportamentos e as crenças religiosas são demonstrados por formas próprias de autorregulamentação baseado na realidade religiosa dos acontecimentos históricos, a partir da teologia e filosofia. A teologia, para o estudo da religião, descreve que através dos fatos e da experiência religiosa vivida explicitaria o nível teórico do objeto em estudo. E a filosofia, traz para a ciência da religião modos mais corretos de definição dos problemas e dos pressupostos de estudo.

2.1 A filosofia da religião

A religião é estudada por todas as ciências, mas principalmente pela filosofia, que tenta esclarecer a essência formal da religião na existência humana. A filosofia da religião tem por objetivo a religião e suas possibilidades de existência, buscando esclarecer com base nas exigências filosóficas. Ela também não estuda apenas o homem, mas também o que transcende dele – o divino.

Cada ciência faz parte de um conjunto, sendo o da filosofia o conjunto de ciências do espírito. Que por sua vez é analisada em três aspectos: a filosofia, desenvolvimento do campo de sentido; a história, local onde o material de estudo é retirado; e sistemática, a forma em que os dados são trabalhados. Há também uma

relação entre a filosofia da religião e a teologia, como descrita por Paul Tillich (apud ZILLES, 1991, p. 7):

Filosofia da religião é doutrina das funções religiosas e se suas categorias. Teologia é apresentação normativa e sistemática da plenificação concreta do conceito de religião.

Dessa forma, é possível distingui-las, enquanto a teologia estuda a relação homem-Deus a partir de Deus, a filosofia se explica por si mesma. Assim ao pensar, o homem busca o seu encontro com o mundo vinculado ao objeto de sua atividade, sendo que o pensamento filosófico deve ser baseado nesse pensamento vinculado a essência do objeto. Outra distinção é através das suas relações, a religião se relaciona na forma de sentimento – a fé – e a filosofia através da necessidade de compreensão do objeto.

O desenvolvimento da religião no Ocidente está intimamente ligado ao iluminismo, em que o homem se libertou das tradições e transformou-se em ponto de referência da sua realidade. O que causou mudanças antropológicas socioculturais, como: na política, a ideia de liberdade e igualdade; no conhecimento, as ciências modernas; e na religião, a ruptura do mundo judaico-cristão com o mundo profano pela emancipação da razão crítica, em que procura o discernimento da verdade da religião.

O movimento iluminista trouxe mudanças em relação ao fenômeno religioso: por um lado, a negação total da religião, de outro, a aceitação total da religião. Aquela é a atitude que expressa à religião como consciência falsa e ilusória, por isso deve ser negada, sendo a razão a única possuidora da verdade e buscam na ciência o fim da religião. O idealista dessa visão foi Karl Marx que dizia que a religião alienava o homem e o socialismo era a solução para uma sociedade mais justa.

A aceitação total da religião ocorre pela teologia natural: o questionamento do lugar da fé na experiência humana. Sendo a fé a base da religião, fundamentada pela filosofia transcendental:

O eu transcendental permanece ambivalente. Por um lado, é diferenciado do eu histórico e, por outro, identificado como o meu eu. O objetivo do método transcendental é mostrar que, sem reflexão consciente, pode-se interpretar o homem como aberto para as verdades religiosas historicamente mediadas. (ZILLES, 1991, p.16)

Como uma tentativa de fundamentação religiosa à tradição judaico-cristã, no âmbito cultural da época. Essa aceitação mostra que é possível à relação razão e religião, mesmo que esta, de certo modo, seja privada do mundo socioeconômico-político e serem críticos com a evolução técnico-científica.

2.2 O cristianismo

O cristianismo se constituiu com o nascimento de Jesus Cristo, dando início ao novo tempo. A missão de Jesus foi anunciar o reino de Deus e o caminho da conversão, o modelo de vida proposto por Ele não causou simpatia com as autoridades religiosas judaicas nem à justiça romana. Então entregaram e prendê-lo, a fim de ser julgado por dizer ser filho de Deus, um falso Messias. Foi julgado e condenado pelo povo: crucificação – morto pendurado na cruz com a inscrição “Jesus Nazareno Rei dos Judeus”. E após três dias ressuscitou para remissão do pecado de todo o mundo. Essa história é que atrai as multidões para o cristianismo, a fé para segui-Lo e evangelizar o próximo.

A Sua história de vida e Seus milagres são narrados pelos Evangelhos, desde a sua concepção no seio da Virgem Maria – prometida em casamento a José, o carpinteiro – até a sua morte e ressurreição. Os quatro evangelistas descrevem a história de diferentes maneiras: Mateus, Marcos e Lucas são os evangelhos sinópticos, por terem características semelhantes; e João, o apóstolo querido, diferenciado por ter sido o único que conviveu com Jesus.

O cristianismo tornou-se uma das maiores religiões, o que trouxe vários opositores ao longo de sua história, caracterizando a ortodoxia cristã. O primeiro intelectual a defender a ortodoxia foi Marcião de Sinope, em 150-155, ao declarar que o Novo e Antigo testamento bíblico prega o mesmo Deus. Em 130, o gnosticismo separa o Deus em dois: o demiurgo, Deus mau que criou o mundo; e o supremo, que enviou o mensageiro Jesus Cristo como redentor para levar a palavra de salvação. E contrariamente ao cristianismo pregam a reencarnação para salvação da pessoa.

Os conflitos cristãos do século IV descrito por Orígenes acreditava na preexistência das almas, que eram geradas pelo psíquico dos pais da nova alma. O século XV foi marcado pelo sincretismo platônico defendiam a “revelação primordial” de Deus aos primeiros homens que povoaram a terra, também pelo “futuro luminoso” em que o passado é fonte de conhecimento e ajuda a descobrir as verdades para a salvação. No século XV aconteceu a reforma liderada por Martin Lutero propagando a suas 95 teses contra a doutrina da Igreja Católica, sendo acolhidos em vários países da Europa, principalmente, os do leste europeu e gerando o Protestantismo. Em resposta, a Igreja Católica, criou o movimento de “contrarreforma”, em que tomou medidas a fim de conter o avanço da reforma, uma delas foi o Concílio de Trento.

O cristianismo acompanhou as descobertas das novas terras dos europeus, no século XVI, no Brasil, em que os jesuítas evangelizaram os índios a fim de estabelecer o modelo cristão europeu nas sociedades indígenas; o que também ocorreu em outros países da América Latina. Na Ásia, os missionários cristãos do século XIX sofreram perseguições, alguns foram martirizados, outros professavam sua fé escondidas por ser uma religião proibida no país – situação ainda existente em alguns desses.

Os grandes problemas da Igreja – relacionados à fé, doutrina, costumes – são discutidos nos concílios. Esses são conclamados pelo Papa, tendo acontecido 21 concílios ecumênicos. O primeiro concílio ecumênico ocorreu em Nicéia, 325, afirma a divindade plena de Cristo com a profissão de fé cristã, o credo, rezado até os dias atuais. O concílio de Constantinopla, em 381, afirma a divindade do Espírito Santo e conclui o credo na versão mais longa, chamado de Símbolo Niceno-Constantinopolitano, rezado nas missas de dias de festa. Em 431, ocorreu o concílio de Éfeso, afirma a natureza humana de Cristo e a maternidade divina de Maria. O concílio da Calcedônia, vinte anos depois complementa o anterior, confirmando a dupla natureza de Cristo: a divina e a humana. O concílio de Latrão, 1139, determina a obrigatoriedade do celibato para o clero na Igreja Ocidental. Em 1431 e 1432, o concílio de Basileia-Ferrara-Florença, reconhece o Papa da Igreja Católica Apostólica Romana com poderes sobre a Igreja Universal. O concílio de Trento, em 1545 a 1563, confirma a doutrina dos sete sacramentos e dogmas eucarísticos a fim de ir contra a Reforma Protestante. E o último concílio, entre 1962 e 1965, o concílio Vaticano II trouxe várias mudanças a fim de aproximar o fiel da Igreja, principalmente durante a Missa, com a reforma da Liturgia.

2.2.1 O catolicismo

A teologia cristã declara o mistério da Trindade, em que Deus é um em três pessoas: o Pai, criador; o Filho, redentor; e o Espírito Santo, santificador. Esse mistério forma o dogma do Corpo Místico, composto pelo invisível representado pelo espírito Santo; do visível por Jesus, a cabeça, e os batizados, membros desse corpo – a unidade da Igreja.

A formação da Igreja é considerada um organismo, em que pode ser distinguida de três formas: Igreja Triunfante, fiéis no céu; Igreja Militante, na terra; e Igreja Sofredora e, do purgatório – que juntas formam “a comunhão dos Santos”. A união dessa comunhão, que rende graças a todos, é através da oração e da vivência dos sacramentos. O sacramento é o signo visível da graça concedida por Jesus aos militantes na terra, como descrito por Brantl (1964, p. 97):

O sacramento é constituído de (...) elementos. O signo sensível é composto da matéria (água, óleo, pão, vinho, etc.) e da forma (as palavras pronunciadas pelo ministro na aplicação da matéria). Este signo externo torna conhecida a graça interna e particular que se produz na alma.

Os sacramentos foram instituídos por Cristo, seus ministros ordenados tem o poder de conceder as pessoas, que assim quiserem e se preparar para receber. Os sacramentos declarados, pelo Concílio de Trento, são sete: batismo, confirmação, eucaristia, reconciliação, unção dos enfermos, ordem e matrimônio.

O batismo é o primeiro sacramento em que a pessoa se torna filho de Deus, em comunhão com os santos. O sacramento ocorre por meio da aspersão de água na cabeça da criança por um ministro ordenado (nesse caso, diáconos, padres, bispos). A confirmação, comumente chamada de crisma, acontece quando adulto

para ratificar a decisão de filho de Deus em que recebe o Espírito Santo a fim de ir ao mundo e pregar o Evangelho. Seu símbolo visível são os santos óleos imposta por um bispo. A eucaristia é o recebimento do corpo e sangue de Cristo em forma de pão, a hóstia, e vinho. A primeira comunhão ocorre normalmente na fase a infância. É o principal sacramento celebrado diariamente nas missas, mas está ligado e dependente de outros, como a reconciliação. Esses são os sacramentos da iniciação cristã.

Os sacramentos da cura são a reconciliação e a unção dos enfermos. A reconciliação é a confissão dos pecados a um padre ou bispo. Esses absorvem os pecados e dão uma penitência a fim de redimir os erros cometidos e fortalecer a fé. A unção dos enfermos é recebida pelas pessoas que se encontrem em situação de doença crítica, como também que se submeterão a uma cirurgia, através da unção do óleo nas mãos e na testa por padre ou bispo.

E os sacramentos da ordem e do matrimônio são chamados de sacramentos da comunhão e do envio. A ordem é a concessão do recebimento dom Espírito Santo para uma autoridade sagrada a um homem devidamente preparado. O bispo é o responsável pela unção das mãos e do envio a evangelização apostólica do novo ordenado, o padre. O matrimônio é quando o homem e mulher se unem e se tornam um só corpo sob a benção de Deus, o casamento é celebrado pelo casal com um ministro ordenado como testemunha.

Os sacramentos são recebidos em celebrações próprias, alguns ocorrem durante a missa – confirmação, eucaristia e ordem – no entanto, é possível que todos sejam recebidos na missa. O sacrifício da missa é a maior oração da Igreja, o encontro da palavra com alimento, representando o sacrifício da crucificação de Jesus Cristo. Para bem celebrará, há um rito próprio e universal chamada liturgia –

culto divino oficial da Igreja. A liturgia é a forma que se celebra a missa: ritos iniciais, liturgia da palavra, liturgia eucarística, rito da comunhão e ritos finais.

Há, também, os tempos litúrgicos que representam, ao longo do ano, os mistérios da vida de Jesus – nascimento e ressurreição – baseado no calendário lunar. O ano litúrgico inicia com o advento quatro domingos antes do Natal, é o momento de espera do Senhor. O tempo do Natal começa com o Seu nascimento, dura três semanas até a festa do Batismo. Entre esse período até a quarta-feira de cinzas ocorre o Tempo Comum. Com a Quarta-feira de Cinzas inicia a Quaresma, tempo de jejum e oração relembrando os 40 dias que Jesus passou no deserto jejuando e orando. Esse se encerra no Domingo de Ramos, entrada de Jesus em Jerusalém, e inicia a Semana Santa – celebração da instituição da eucaristia, prisão, morte e ressurreição de Cristo. A Páscoa é a maior festa da Igreja Católica, por isso no sábado à noite, após Sexta-feira da Paixão, celebra a Vigília Pascal – uma grande missa para celebrar o renascimento do Salvador. E por isso, a Páscoa, se estende 50 dias até o Pentecostes (a descida do Espírito Santo sobre os apóstolos). E logo depois, volta ao Tempo Comum que termina na Solenidade de Cristo Rei e encerra o ano litúrgico.

3 OS JOVENS CONECTADOS

A Igreja Católica tem por objetivo a adesão de novos fieis à sua doutrina através da evangelização dos povos. No Brasil, o documento “Diretrizes Gerais da Ação Evangelizadora no Brasil” traça os caminhos da evangelização de toda a Igreja durante um período, em torno de três ou quatro anos. As diretrizes são o documento-chave para a aplicação dos demais, a unidade da Igreja, aprovados durante a Assembleia dos Bispos realizada na cidade de Aparecida-SP. Dessa forma, o documento 87 – Diretrizes Gerais para 2008-2010⁶ – juntamente ao “Documento de Aparecida” (2007) foram a base para o documento 85 – “Evangelização da Juventude” (2010). E por meio desse, a criação e desenvolvimento dos Jovens Conectados.

O documento 87 teve por objetivo evangelizar como discípulos missionários: ser seguidores de Jesus Cristo – discipulado – levando a palavra Dele a todos os povos e nações – missionariedade. Acontecendo pelo encontro pessoal com Cristo em comunhão com a comunidade e realizada pelo serviço da caridade, anúncio do Evangelho e celebração da liturgia. Considerada tarefa de todos os fiéis batizados que devem ser formados em suas comunidades para serem missionários.

O documento desenvolve-se a partir da realidade do país, para em seguida, descrever a missão do clero e dos leigos em serem discípulos missionários a fim de colocar em prática a ação evangelizadora. Dentro da missão dos leigos, pelo aspecto sociocultural, o documento preocupa-se com o contexto da cultura de

⁶ O documento 94 – Diretrizes Gerais da Ação Evangelizadora da Igreja no Brasil 2011-2015 – é o documento mais recente sobre a evangelização no Brasil. No entanto, o documento 85 (Evangelização da Juventude), consequentemente o desenvolvimento dos Jovens Conectados, foi baseado no documento 87; por isso, o estudo desse documento.

consumo, o individualismo, o futuro incerto, a não referência religiosa e a cultura de morte em que vive a nova geração, mas esperam que a liberdade e consciência dessa geração mudem essa realidade, tendo esperança em outro modo de vida. No aspecto econômico, a preocupação é o fenômeno do desemprego que atinge, em ampla escala, os jovens causando a falta de dignidade e visão de futuro. No âmbito sociopolítico, os jovens têm aderido às organizações não governamentais e movimentos sociais em busca de seus direitos e na esperança de um mundo novo.

No contexto da juventude, as Diretrizes descrevem que a base para o discipulado é a catequese – a formação completa através do ensino religioso, oração, celebrações eucarísticas, experiência comunitária e no serviço aos próximos. Afirma, ainda, que o jovem deve ser acolhido e ter seu espaço para evangelização dentro das comunidades eclesiais. E a Igreja deve ter a opção afetiva e efetiva pelos jovens, ou seja, acolher e trabalhar com os jovens para que os mesmos evangelizem outros jovens.

Dentro das maneiras de evangelizar, o documento esboça o uso dos meios de comunicação. Em que todos devem promover a divulgação das informações de maneira que a Igreja se faça presente e seja um instrumento de divulgação da fé com comunicações abertas ao ecumenismo e ao mundo, evitando a profanação e mercantilização do sagrado. Em alguns casos, é só através dos meios de comunicação que os fiéis conseguem ser informados sobre notícias e acontecimentos da Igreja. Além de, em casos específicos, alguns fiéis só conseguirem assistir missas e celebrações pelos meios de comunicação devido à falta de padres em sua região.

O outro documento de inspiração para o documento da Juventude foi o Documento de Aparecida (2007), que é o resultado da V Conferência do Episcopado

Latino-americano e Caribenho. O objetivo é dar continuidade à renovação da evangelização da Igreja latino-americana, buscando proteger e alimentar a fé em Deus recordando a missionariedade de todos batizados. E, assim como o documento 87, o Documento de Aparecida (DA) tem como um dos seus destinatários a juventude:

Os jovens e adolescentes constituem a grande maioria da população da América Latina e do Caribe. Representam enorme potencial para o presente e o futuro da Igreja e de nossos povos, como discípulos e missionários do Senhor Jesus. Os jovens são sensíveis a descobrir sua vocação a ser amigos e discípulos de Cristo. São chamados a ser “sentinelas da manhã”, comprometendo-se na renovação do mundo à luz do Plano de Deus. Não temem o sacrifício nem a entrega da própria vida, mas sim uma vida sem sentido. Por sua generosidade, são chamados a servir a seus irmãos, especialmente aos mais necessitados, com todo o seu tempo e vida. Têm capacidade para se opor às falsas ilusões de felicidade e aos paraísos enganosos das drogas, do prazer, do álcool e de todas as formas de violência. Em sua procura pelo sentido da vida, são capazes e sensíveis para descobrir o chamado particular que o Senhor Jesus lhes faz. Como discípulos missionários, as novas gerações são chamadas a transmitir a seus irmãos jovens, sem distinção alguma, a corrente de vida que procede de Cristo e a compartilhá-la em comunidade, construindo a Igreja e a sociedade. (DA, 443).

E para complementar a escolha dos jovens como evangelizadores sugere ações a fim de auxiliá-lo na sua vida não só religiosa, mas também na família e na sociedade. Há a indicação de estimular os movimentos e grupos jovens; o encontro pessoal com Jesus Cristo pelos sacramentos e leituras bíblicas; a participação nas Jornadas da Juventude, mundiais e diocesanas. E por fim, estimular a capacitação dos jovens nos estudos, na busca de um trabalho e assim não cair no mundo das drogas e da violência.

O documento da Juventude é “um instrumento dinamizador da ação evangelizadora no Brasil”, como dito por Dom Dimas Lara Barbosa, o então Secretário-geral da CNBB. É assumir o compromisso com a nova geração,

acolhendo de forma afetiva e efetiva e transformá-los em verdadeiros agentes da palavra de Deus nas diversas expressões juvenis, tendo como meta a “unidade na diversidade”. Assim cada expressão tem seu carisma próprio, mas está em comunhão com outros carismas – essa é a forma que um grupo se expressa, busca a santidade e conhecimento de Deus e da Igreja.

Os jovens foram escolhidos por ser a renovação da Igreja, não sendo mais o futuro da Igreja, mas como os protagonistas da Igreja. O jovem evangelizando jovem pela participação na Igreja e sendo exemplo na sociedade, buscando melhorar a situação da sua região e contribuírem para o crescimento de uma sociedade solidária. No entanto, há desafios a serem enfrentados, como escolher a vida cristã em meio tantas opções de vida, por isso a Igreja apresenta o porquê de ser cristão pelas suas doutrinas e capacitando-o a estar apto a discernir suas escolhas.

Para isso, o documento 85 traça algumas linhas de ação para responder qualificadamente aos desejos da juventude, como: motivá-los a participar dos movimentos juvenis, uma forma de sentir ativo na Igreja; serem comunicadores dos demais jovens; motivá-los e comprometê-los a assumirem sua função de serem protagonistas; resgatar a paixão de serem jovens e assim ajudar na missão com a Igreja; e por fim, a Igreja ajudar o jovem a elaborar e definir um projeto de vida. Essa ação é de competência de toda a Igreja, dinamizando o corpo eclesial.

Assim, uma das maneiras de colocar o documento da Juventude em prática foi através da utilização dos meios de comunicação. Em março de 2010, após uma pesquisa realizada com jovens de todo o país identificou o anseio de ter um canal focado no público católico. Ao longo desse ano foi desenvolvido o projeto de criação

do site pela Equipe Jovem de Comunicação do então Setor Juventude⁷. Lançado no dia 3 de dezembro durante o 1º Encontro Nacional de Movimentos Juvenis (Vargem Grande Paulista/SP), em que reuniu jovens de diferentes carismas de todo Brasil. Além do site, o Twitter, o perfil e *fan page* no Facebook foram lançados nessa data. Sendo que em setembro de 2011 o perfil e a *fan page* no Facebook foram transformados em página.

Com o objetivo de levar aos jovens informações, notícias e acontecimentos da Igreja a equipe de comunicação trabalha para que essas cheguem até as expressões eclesiais e desenvolvam a evangelização com os jovens, sendo a missão:

A Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude, da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), é o espaço que articula, convoca e propõe orientações para a evangelização da juventude, respeitando o protagonismo juvenil, a diversidade dos carismas, a organização e a espiritualidade para a unidade das forças ao redor de algumas metas e prioridades comuns (CNBB, Doc. 85, nº 193) à luz do Documento 85 "Evangelização da Juventude", das Diretrizes Gerais da Ação Evangelizadora da Igreja no Brasil e do Documento de Aparecida.⁸

Abrangendo as diversas experiências de evangelização existentes e segmentos pastorais que trabalham com a juventude, tanto como público-alvo, quanto produtores de conteúdo. Pois há a possibilidade de jovens escreverem matérias para o site, desde que seguidos os critérios descritos no site, tornando-o divulgador da sua expressão juvenil. Entretanto, a linha editorial é realizada pelos jovens integrantes da Equipe de Comunicação dos Jovens Conectados – formada por jornalistas, publicitários, tecnólogos da informação, designer.

⁷O Setor Juventude era ligado à Comissão Episcopal Pastoral para o Laicato e foi transformado em Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude, em maio de 2011, por decisão da 49ª Assembleia Geral da CNBB.

⁸ Fonte: <https://www.facebook.com/jovensconectados/info> em 01 de março de 2013, às 16h53.

Os Jovens Conectados leva conteúdo não somente aos jovens, mas também àqueles que trabalham com os jovens, como: padres, formadores, catequistas. Na busca da aproximação com eles, apresentado o seu protagonismo na sua realidade. Além de divulgar as expressões juvenis ligadas à Comissão, servindo de fonte para o jovem encontrar um carisma que mais o identifique, um espaço para conhecer a realidade da juventude católica brasileira.

4 METODOLOGIA

Os procedimentos metodológicos utilizados neste trabalho propõem entrevistas de caráter qualitativo e questionários quantitativos. Em busca de um argumento para a problemática, por meio da explicação científica:

Em ciências procuramos estabelecer generalizações, leis e teorias científicas que sirvam como premissas de argumentos lógicos, a partir dos quais possamos inferir a ocorrência de determinados fenômenos. São argumentos deste tipo que constituem as explicações científicas. (ALVES-MAZZOTTI; GEWANDSZNAJDER, 1999, p. 67).

O problema de pesquisa em questão é entender como a comunicação é realizada pela Igreja na evangelização da juventude através das novas mídias, observando seu fortalecimento e aproximação com os jovens. Através de pesquisa, definida por Gil (1999, p. 42), como o processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico, ou seja, é o recurso científico que busca resposta dos questionamentos. Aqui foi usada a pesquisa exploratória, a fim de ter uma visão geral da investigação do problema.

Esse trabalho tem dois caminhos que se convergirão. O primeiro é averiguar como a equipe editorial dos Jovens Conectados cria os conteúdos, e o segundo como os usuários os utiliza. Em seguida, foram entrelaçados para observar há correspondência entre eles.

A fim de conhecer como acontece a criação dos conteúdos foram feitas entrevistas com perguntas pré-definidas com determinados jornalistas da equipe de comunicação. A entrevista consiste em investigar e coletar os dados em forma de diálogos, entre o pesquisador e pesquisado. E um questionário de questões

fechadas com uma amostragem dos usuários para saber como as mensagens são recebidas. Que consiste em exprimir o objetivo do trabalho em questões específicas.

4.1 Coleta de dados

Como já descrito, a coleta de dados deste estudo tem como objetivo descobrir como ocorre a interação dos usuários com os Jovens Conectados, e como esses produzem os conteúdos. Para isso, foram feitas duas abordagens: a primeira com entrevistas com os editores de conteúdo para conhecer as metodologias de trabalho. Também denominados de autores, como diz Recuero (2009), aqueles que usam as redes sociais para se manifestarem utilizando as plataformas disponíveis; e a segunda, um questionário quantitativo a fim de reconhecer a participação dos usuários, ou seja, com quem os autores criam as conexões, nesse caso, a conexão é de interação e relação.

4.1.1 Entrevistas com editores de conteúdos

A entrevista teve por objetivo conhecer quem produz conteúdos a fim de descobrir como acontece a criação e definição de notícias divulgadas no site e nas redes sociais. Essa pesquisa foi feita com quatro dos oitos jornalistas, editores de conteúdo, a partir de uma amostragem por conveniência.

Esses jovens que integram a equipe de comunicação dos Jovens Conectados são convidados pelos assessores da Comissão de forma direta ou por indicação, de

acordo com os trabalhos realizados em sua comunidade. A maioria dos editores de conteúdo entrevistada é da área de comunicação, possuem experiência em plataformas digitais e são engajados nas expressões juvenis.

O conteúdo é produzido e publicado de forma colaborativa, ou seja, enviado pelos próprios usuários. Essa colaboração ocorre de duas formas: colaboradores em rede, que enviam matérias com mais frequência e são um apoio à equipe; colaboradores diocesanos, que encaminham notícias de acordo com os acontecimentos da realidade eclesial. Além disso, há a publicação das matérias e notícias institucionais. E também a republicação de matérias de outros sites e ações nas redes sociais, os memes. Segundo Richard Dawkins (2001 apud RECUERO, 2009, p. 123), o meme é a ideia de compartilhamento de mensagens compreendidas pelos usuários e consequentemente propagadas. Um aspecto importante na produção de conteúdos é que não há hierarquias entre os conteúdos produzidos pela equipe e pelos colaboradores.

Em relação à adequação da evangelização nos meios digitais, houve uma noção do alinhamento entre as características do veículo e o público leitor. Percepção de uma necessidade de manter um canal de comunicação com os jovens que já são usuários das redes sociais – como, por exemplo, o uso de cards de informação: uma foto associada a uma frase e a um link para o site. Reforçando sempre que esse é o canal oficial da Comissão da Juventude, que deve sempre estar alinhada ao pensamento da instituição a qual pertence. Para isso, fazem uso de manual de redação para ter padrões de escrita e de resposta aos usuários. Criando assim uma identidade no ciberespaço como recomendado por Recuero (2009). Esta política não dispensa o uso dos meios tradicionais.

Outro aspecto ressaltado na entrevista foi a avaliação do feedback. Nas redes sociais, este procedimento se dá pelo acompanhamento do número de fãs/seguidores e o número de interações. Além das estatísticas disponibilizadas por elas, como é o caso do Facebook. São usados também alguns dispositivos métricos como o Google Analytics, que não é ainda totalmente explorando, mas usam para extrair várias informações. Outra forma de percepção de retorno é a referência que o projeto teve dentro das realidades eclesiais, quando são convidados a dá assessorias em projetos semelhantes e em formações relacionadas à evangelização e comunicação.

Por fim, foi questionado como ocorreu o fortalecimento dos jovens na Igreja. Sendo que as respostas variaram, ainda que tenha havido uma percepção de que a comunicação e informação sobre as expressões e movimentos melhoraram. O primeiro entrevistado considerou que é um importante o canal de comunicação entre a juventude e a CNBB, conforme solicita o Documento da Juventude (DOC 85). O segundo considerou que houve conhecimento das expressões juvenis entre si, trazendo uma maior consolidação de identidade particular e conhecimento de pontos em comum entre eles. Agregado a maior conexão dos jovens entre si, com a Igreja – junto com os Bispos – com sua realidade e, principalmente, a relação com Deus. O entrevistado seguinte relatou que é difícil avaliar e não há como mensurar, entretanto considera que aconteceram melhoras na comunicação e divulgação das atividades juvenis. O último relatou que com os Jovens Conectados teve um aumento no número de Equipes de Comunicação a nível diocesano, estadual e regional – citando o exemplo do Rio Grande do Sul com a equipe de comunicação denominada de “Eai? Tchê!” – trazendo maior visibilidade da realidade juvenil da

Igreja. Assim como um melhor conhecimento de como os jovens são Igreja em todo o país a partir das informações do site.

Assim, percebeu-se, na dimensão dos editores, que o projeto tem alcançado seu objetivo. Ainda servindo de referência a outros grupos e dioceses e também parcerias. Conforme indicado no Documento 87, em que “todos devem promover a divulgação das informações de maneira que a Igreja se faça presente e seja um instrumento de divulgação da fé com comunicações abertas ao ecumenismo e ao mundo”.

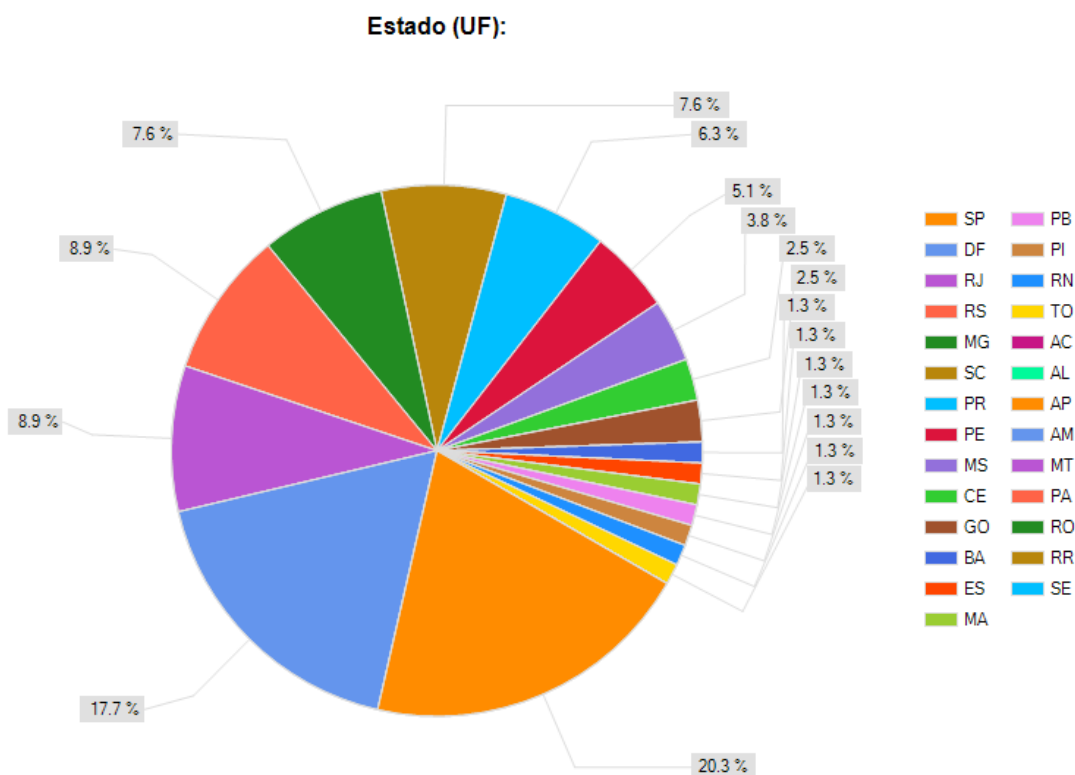
4.1.2 Questionários com os usuários dos Jovens Conectados

O questionário objetivou conhecer quem utiliza essas ferramentas de comunicação e como as utilizam. Foi desenvolvido no site *SurveyMonkey*, *software* em que é possível criar e publicar questionários *online*, além de acompanhar os resultados e ao final captar as respostas em gráficos e planilhas.

O procedimento foi divulgado na rede social Facebook, na página oficial dos Jovens Conectados e em grupos relacionados a eles: Delegação Oficial da CNBB na JMJ Madri, Seminário Jovens Comunicadores, Seminário Juventude e Bioética, Seminário Juventude e Missão. Em todos os grupos há jovens de diversas cidades e de diferentes expressões juvenis. Devido à facilidade de chegar aos jovens, por ser uma mídia com de grande abrangência, e ser uma das redes sociais utilizadas pelo projeto. Em 15 dias disponíveis, teve 79 respostas, sendo que cinco usuários só responderam as perguntas iniciais relativas ao “perfil do usuário”.

As perguntas iniciais têm por objetivo conhecer o público, da onde são, idade e qual as participações na Igreja. A primeira questão objetivou descobrir a origem dos usuários dos Jovens Conectados. De todos Estados da Federação, nove não tiveram nenhum representante: Acre, Alagoas, Amapá, Amazonas, Mato Grosso, Pará, Rondônia, Roraima e Sergipe. Isso não representa que o site não chegue até esses lugares, mas sim que os jovens não participaram da pesquisa. Observa-se pelo fato de já ter ocorrido eventos – como Bote Fé – com a cobertura jornalística dos Jovens Conectados e os jovens terem participado ativamente nesses Estados. Dos demais Estados e Distrito Federal, tivemos participações variadas, sendo que a maioria é de São Paulo, com 20,5%, seguido do Distrito Federal com 17,9%, Rio Grande do Sul e Rio de Janeiro, cada um com 8,9%.

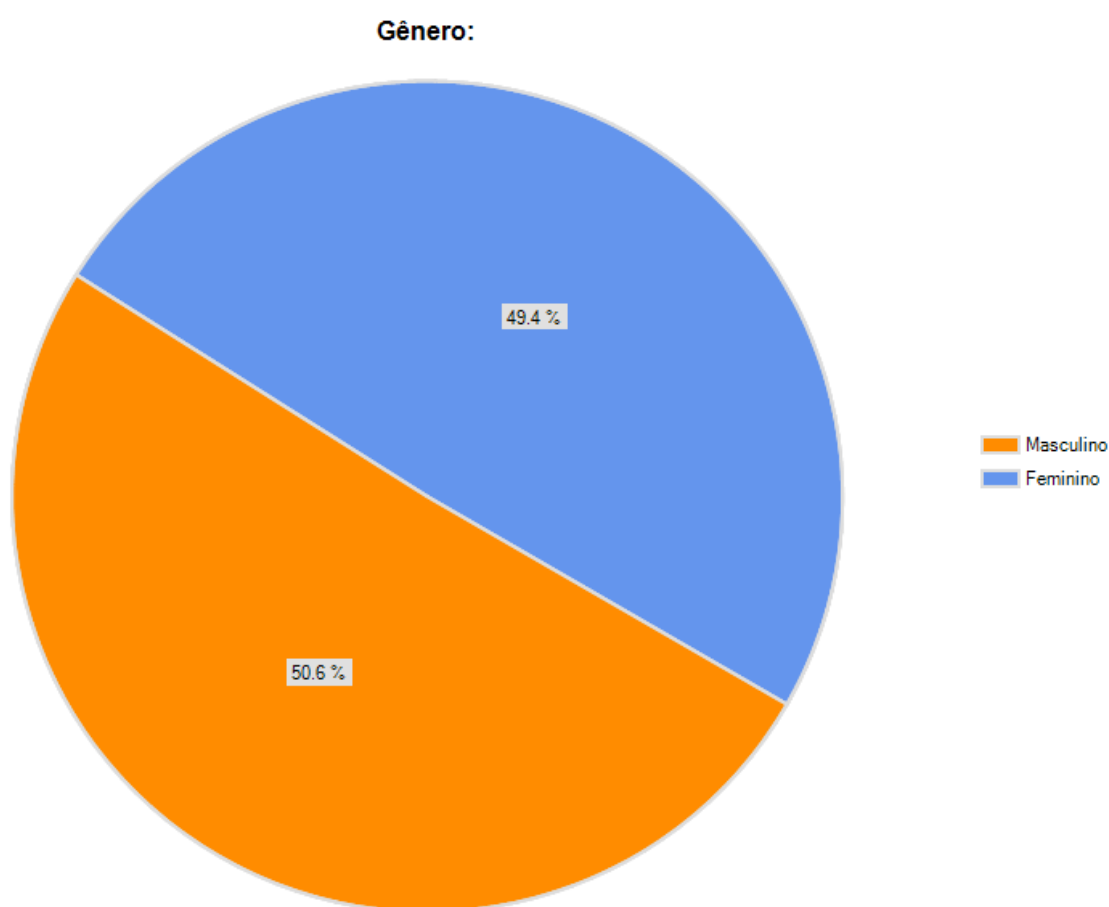
Figura 4: participação por Estado



Fonte: elaborado pela autora do trabalho.

Em relação ao gênero, teve uma pequena diferença na participação com a maioria masculina, 50,6% representando 40 homens, e 49,4% do público feminino com 39 mulheres. Representando que os jovens, como um todo, têm participado da Igreja; o público é bem equilibrado em relação ao gênero.

Figura 5: descrição de gênero entre os entrevistados

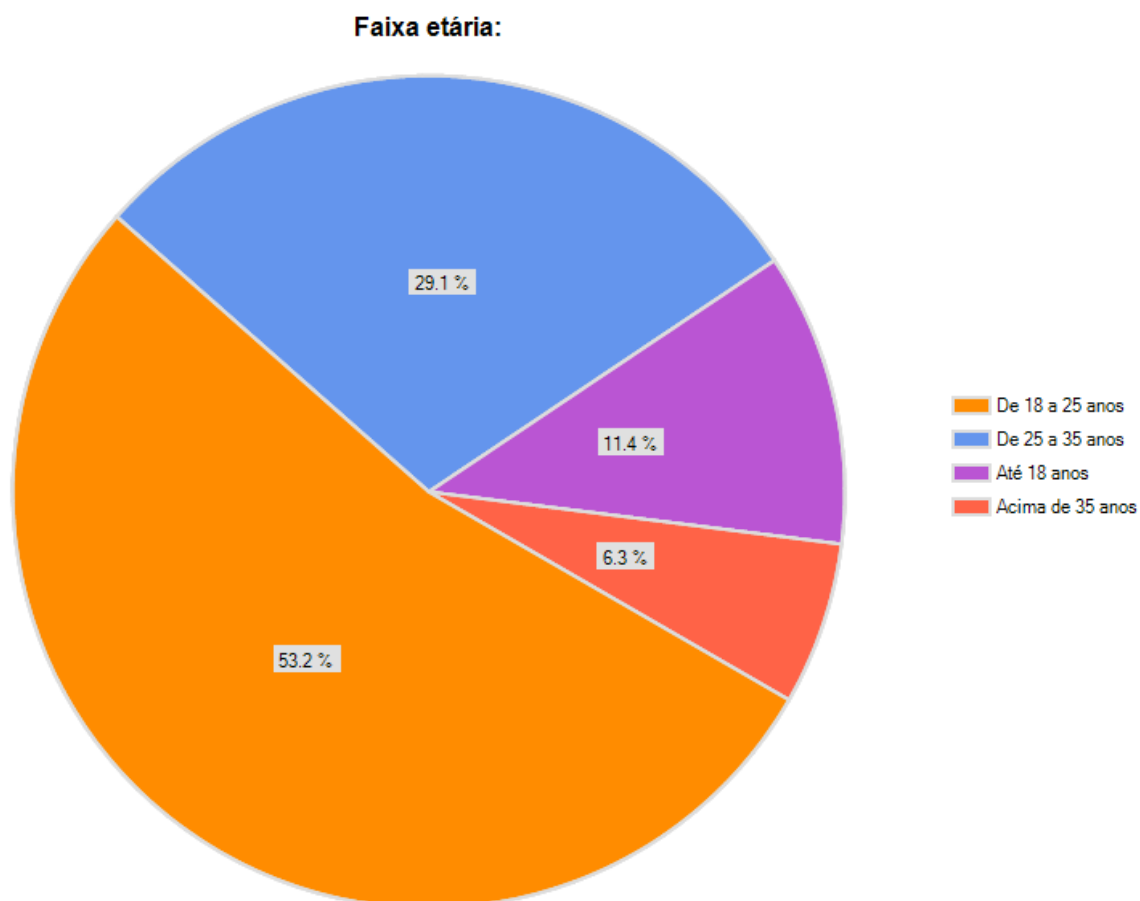


Fonte: elaborado pela autora do trabalho.

Em relação à idade, os jovens de 18 a 25 anos representam a maioria com 53,8% e os de 25 a 35 anos representam 29,1%. Também há jovens com menos de 18 anos (11,4%) e adultos com mais de 35 anos (6,3%). Mostra que a mensagem

chega ao público alvo principal: os jovens estão mais participativos e sendo protagonistas na sua realidade eclesial.

Figura 6: faixa etária dos entrevistados

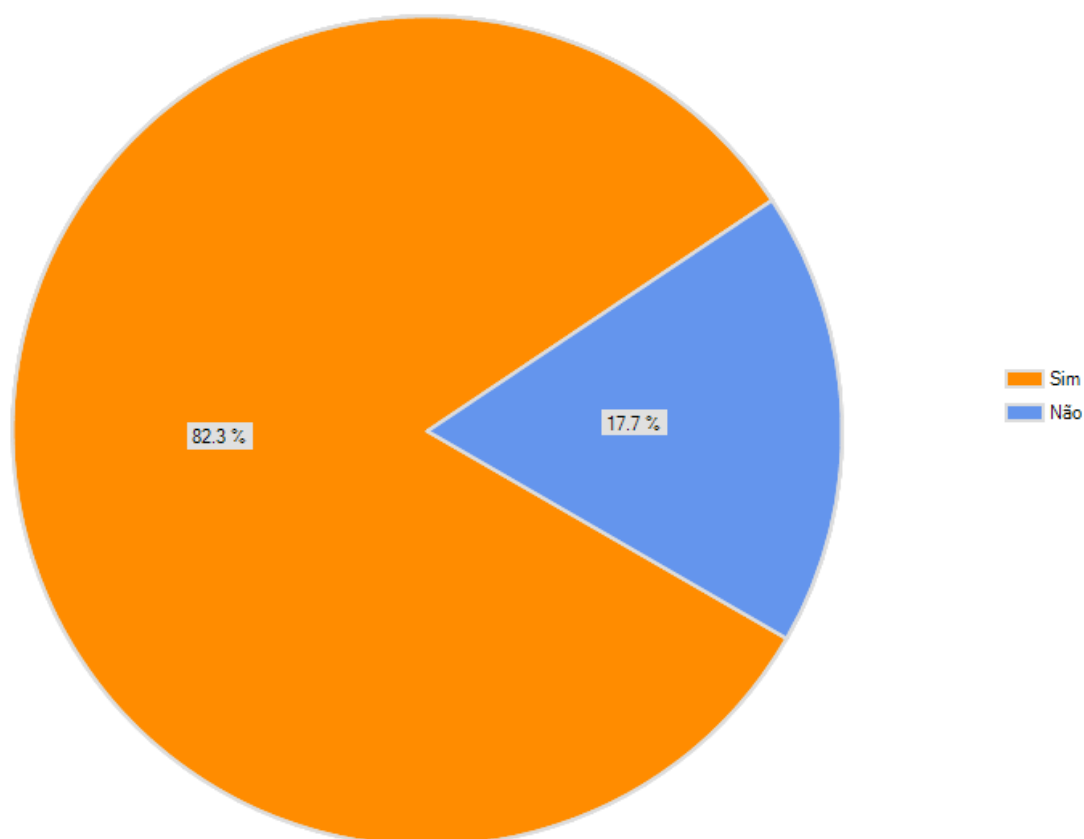


Fonte: elaborado pela autora do trabalho.

Das questões sobre o perfil dos jovens a mais importante é a sobre a participação do jovem em alguma expressão juvenil da Igreja. É um indicador que os usuários dos Jovens Conectados estão ligados de outras maneiras a Igreja, e não somente via internet. Dentre eles, 82,3% participam de alguma expressão juvenil da Igreja Católica, enquanto apenas 17,7% não participam ativamente.

Figura 7: participação na vida da Igreja

Participa ativamente de alguma expressão juvenil da igreja?

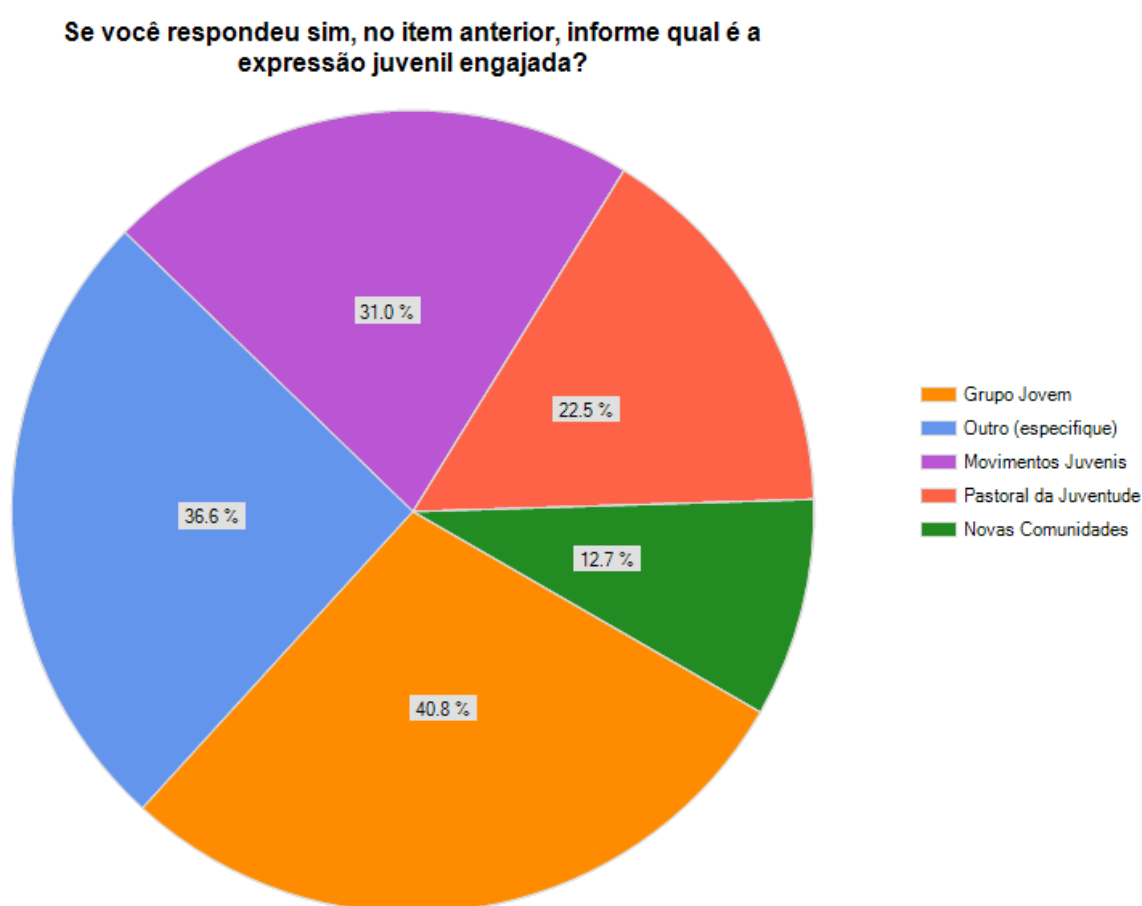


Fonte: elaborado pela autora do trabalho.

Dentre os 82,3% que participam ativamente, uma parte participa da Igreja de mais de uma maneira, sendo o total: 40,8% pertencem a Grupo Jovem, 31% a Movimentos Juvenis, 22,5% de Pastorais da Juventude e 12,7% de Novas Comunidades. Sendo que 36,6% participam de outra maneira não especificada, como: Setor Juventude da Diocese e Seminarista. Isso representa que os Grupos Jovens, pertencentes a paróquias, são a base da juventude, lugar em que vivem sua espiritualidade. Os Movimentos Juvenis são lugares de maior aprofundamento e discernimento da fé. As Pastorais da Juventude trabalha com os jovens em vários aspectos: estudantil, meio popular e rural – buscando sempre o engajamento do jovem na Igreja e na sociedade. As Novas Comunidades, inspirada nos primeiros

cristãos, vivem a vida consagrada em comunidade por designo da providência divina; buscam a adesão de novos fieis pela evangelização nos mais diversos meios. Assim pode-se dizer que o engajamento do jovem é concreto, pois as expressões juvenis mais citadas exigem do jovem uma participação frequente e verdadeira.

Figura 8: participação nas expressões juvenis



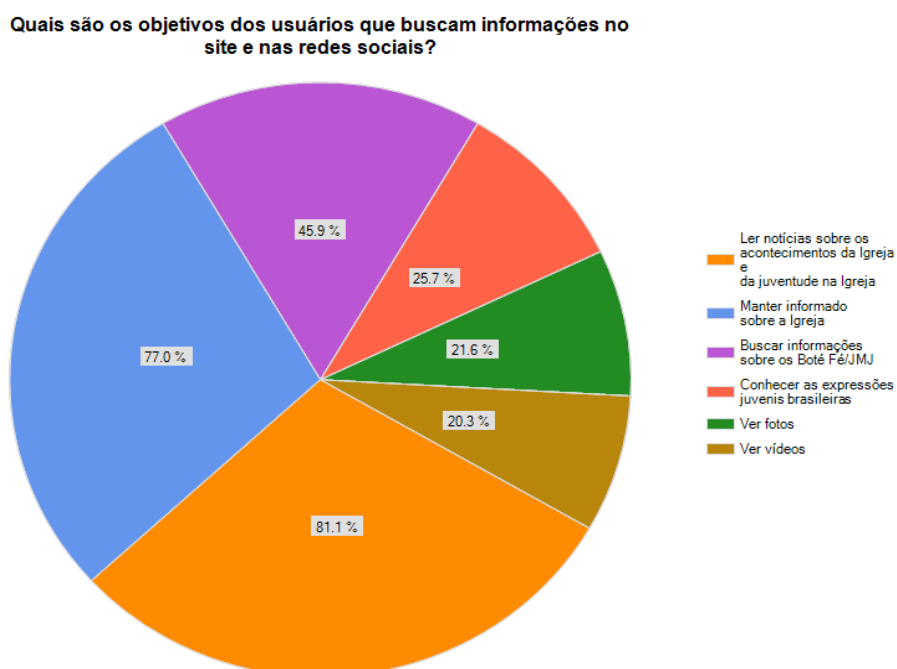
Fonte: elaborado pela autora do trabalho.

A segunda parte do questionário consistia nas características do uso das redes sociais. Estas questões têm por objetivo entender como os usuários utilizam as redes sociais e como propagam as informações. Nas quais era possível

responder a mais de uma opção nas respostas, em que muitos marcaram, em média, três alternativas.

A primeira questão era conhecer os objetivos dos jovens aos buscarem informações no site e nas redes sociais, destacando a leitura das notícias sobre a Igreja e a sua juventude, como forma de manter-se informado sobre a Igreja, com 81,1%. A busca de informações sobre a JMJ e os Botes Fé (peregrinação da Cruz e Ícone de Nossa Senhora da JMJ) representaram 45,9% do interesse. A fim de conhecer as expressões juvenis brasileiras, 25,7% dos jovens buscam o site. E há o interesse de assistirem a vídeos (20,3%) e ver fotos (21,6%) nos sites e redes sociais. Isso indicou que os jovens estão mais integrados com o acontece no dia a dia da Igreja e nas atividades destinadas aos eles. Ao buscarem notícias na internet não querem apenas sobre o mundo, política, economia, mas também sobre a Igreja – a realidade que os cerca.

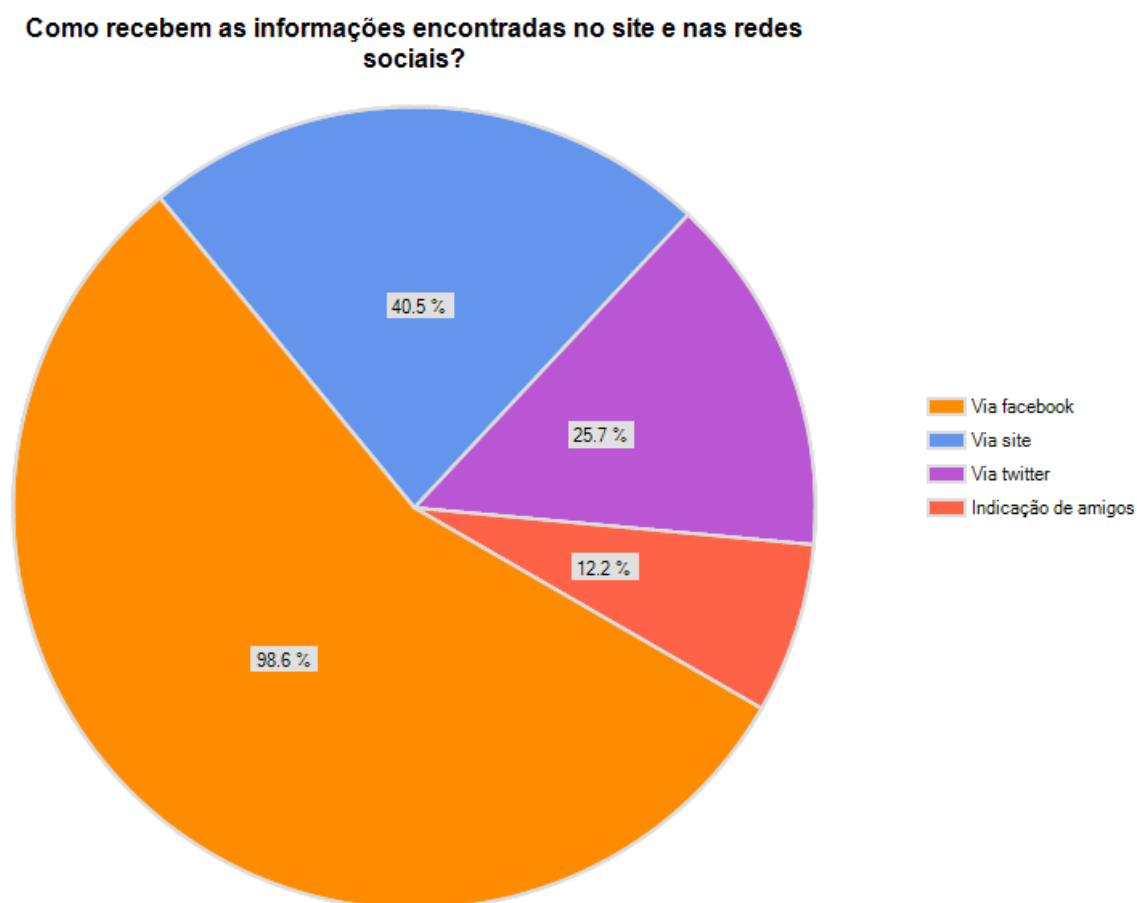
Figura 9: objetivos dos usuários ao utilizar os meios digitais dos Jovens Conectados



Fonte: elaborado pela autora do trabalho.

Em seguida, foi questionado como os jovens recebem as notícias do site e das redes sociais. A maioria, 98,6%, respondeu que recebem pelo Facebook, aqui vale ressaltar que o questionário foi disponibilizado nessa rede social o que causa maior proximidade com o resultado. No entanto, alguns também procuram o próprio site (40,5%) e o Twitter (25,7) como fontes de informação. E, em alguns casos, recebem por indicações de amigos (12,2%). Dessa forma, representa que os jovens estão em conexão com os Jovens Conectados, devido ao capital social associado que segundo Putnam (2000) refere à reciprocidade e confiança entre os indivíduos.

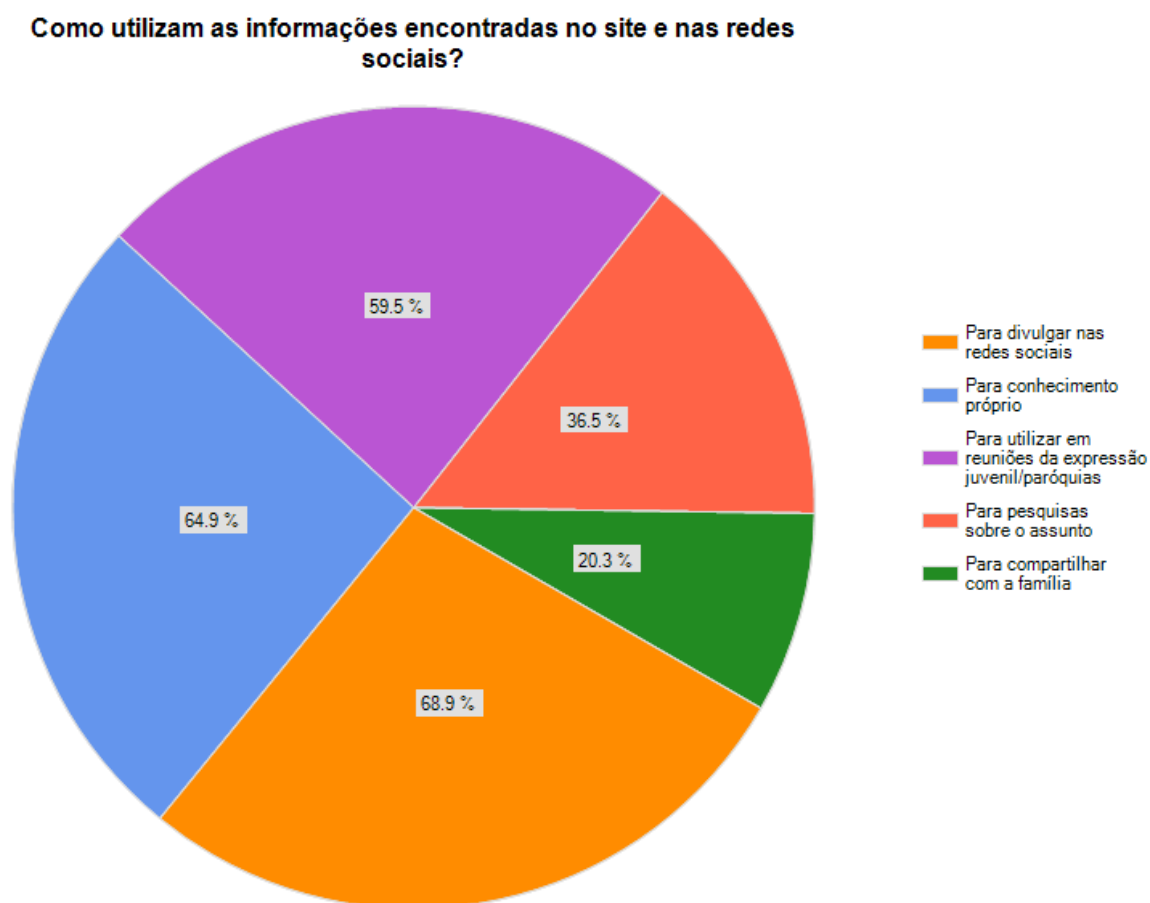
Figura 10: descrição do recebimento das informações dos Jovens Conectados



Fonte: elaborado pela autora do trabalho.

O propósito da terceira questão foi descobrir como são utilizadas as informações encontradas no site e nas redes sociais. Assim 68,9% utilizam para divulgar em seus perfis das redes sociais, como conhecimento próprio. Para usar as informações em encontradas na sua expressão juvenil, 59,5%. Também utilizam como fonte de pesquisa (36,5%) e para compartilhar com suas famílias (20,3%). Representando que além de ser um portal de notícias, os Jovens Conectados é uma fonte de experiências que auxiliam em seu crescimento como cristão.

Figura 11: o que fazem com as informações encontradas nos Jovens Conectados



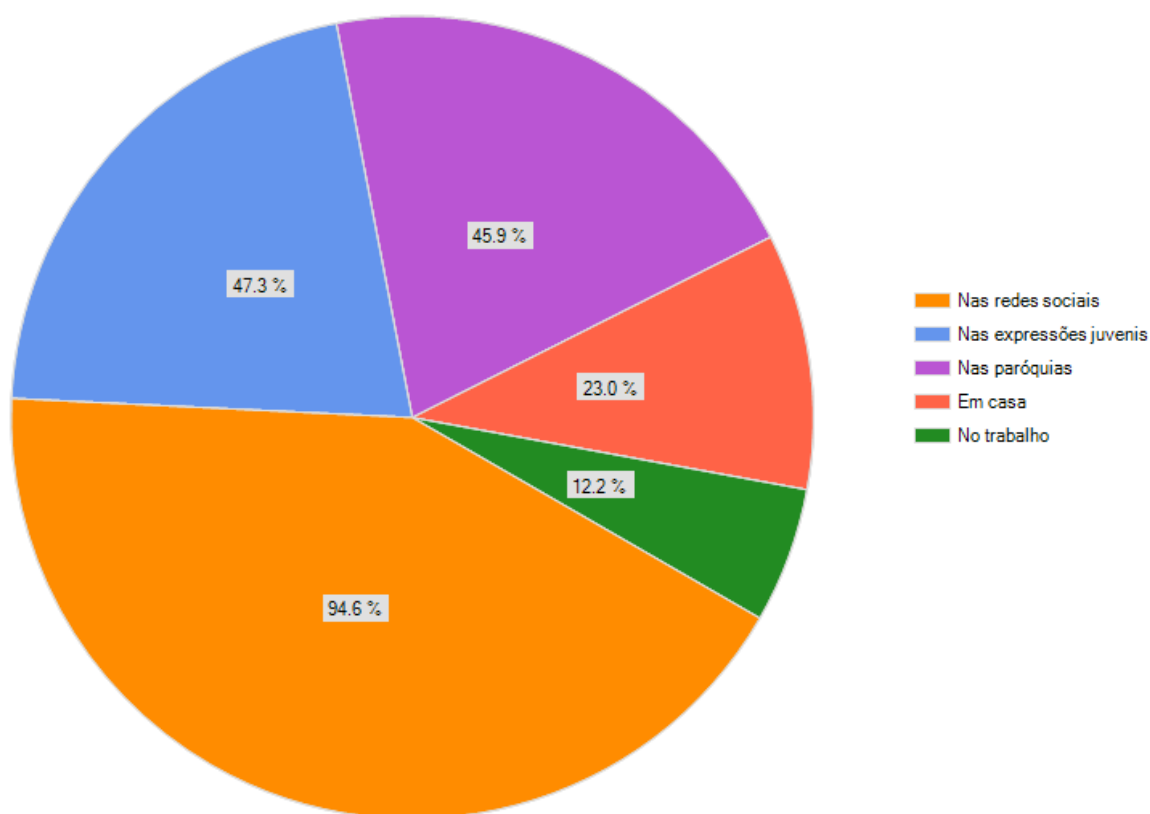
Fonte: elaborado pela autora do trabalho.

Em seguida, foi questionado como fazem para propagar das informações encontradas. Em sua maioria são divulgadas nas próprias redes sociais, 94,6%.

Fora do ambiente *online*, os jovens utilizam as notícias nas expressões juvenis (47,9%), nas paróquias (45,2%) e no trabalho (12,2%). Trazendo um importante dado: que os Jovens Conectados não se restringem apenas o ambiente *online*, mas também fora dele tem sua importância no auxílio aos jovens que buscam o crescimento de sua espiritualidade.

Figura 12: como ocorre propagação das notícias encontradas nos Jovens Conectados

Como propagam as informações encontradas no site e nas redes sociais?

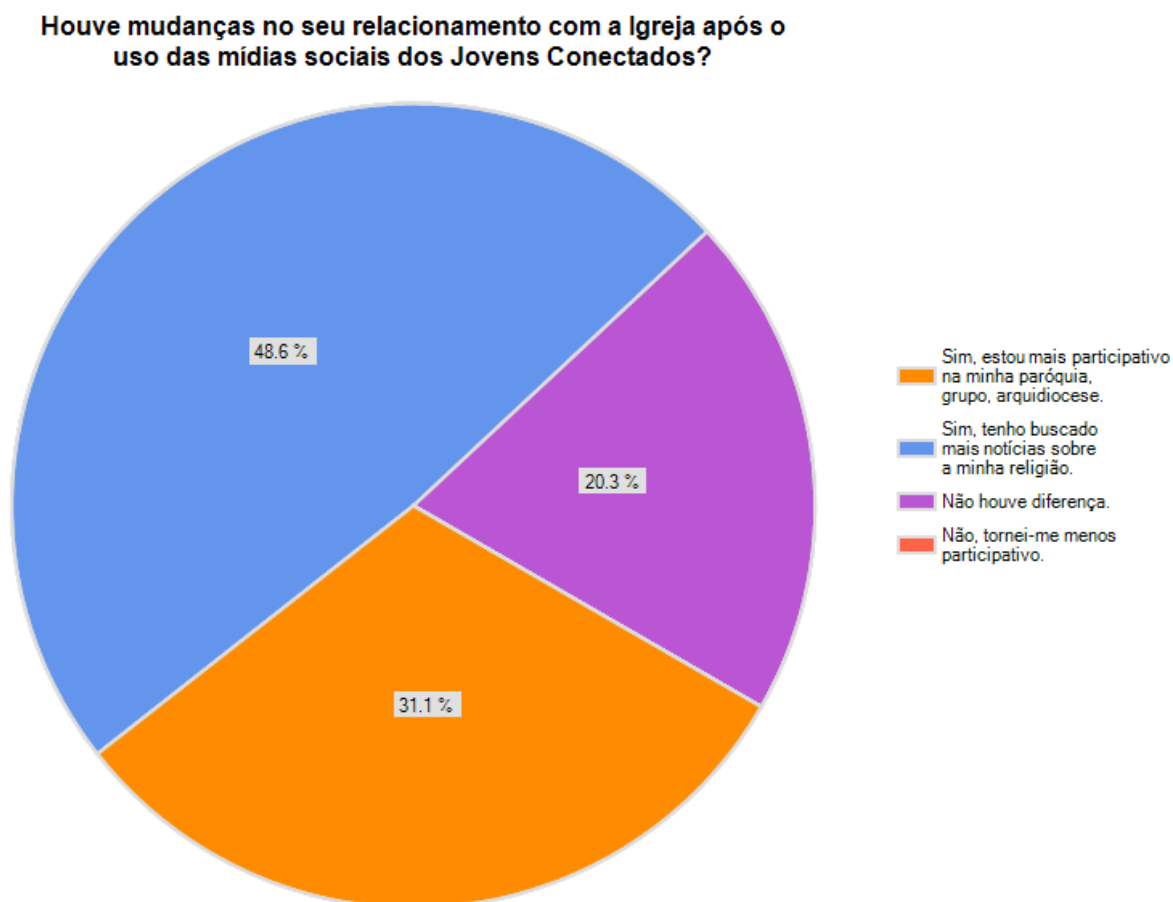


Fonte: elaborado pela autora do trabalho.

A última questão foi sobre o que mudou na vida dos usuários com a utilização dos Jovens Conectados, 48,6% responderam que tem buscado mais notícias sobre a religião; 31,1% tornaram-se mais participativo na Igreja e 20,3% considerou que não houve diferença em sua participação na Igreja. E não houve nenhum caso em

que o jovem se tornou menos participativo. Ou seja, é claro que os jovens tem se motivado a está mais participativos na Igreja com o auxílio dos Jovens Conectados, mesmo que de forma indireta.

Figura 13: participação na Igreja após o uso dos meios digitais dos Jovens Conectados



Fonte: elaborado pela autora do trabalho.

Dessa forma, conclui-se que os quatros valores de apropriação, destacado por Recuero (2009), estão presentes na relação dos usuários com os Jovens Conectados: visibilidade, os autores tem boa presença na rede; reputação, os usuários tem boa percepção dos autores; popularidade, devido à boa reputação e as interações com os usuários; autoridade, os Jovens Conectados têm poder decisão e

é referência no assunto. Além de cumprir com o objetivo do Documento 85, ao levar aos jovens informações e notícias da Igreja, assim como evangeliza-los.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A coleta e a análise dos dados permite afirmar que o estudo atingiu seu objetivo de compreender como a comunicação é utilizada na evangelização dos jovens nas redes sociais. Isso devido à conexão e, conseqüentemente, maior aproximação com os jovens através dos meios *online*, adequando a linguagem, sem deixar de transmitir os valores da instituição. Tornando os jovens mais entrosados e interessados nos assuntos referentes à Igreja Católica.

Outro aspecto importante da pesquisa foi avaliar o nível de adequação dos conteúdos religiosos às plataformas digitais; conseguindo, dessa forma, alcançar o jovem onde ele se encontra. Para isso, é necessário elaborar conteúdos atrativos a fim de causar no público o desejo de conhecer e buscar informações para fortificar sua fé, como tem feito os editores de conteúdo e os colaboradores dos Jovens Conectados.

O estudo cumpriu com seu aspecto social, pois mostrou que o trabalho desenvolvido pelos editores de conteúdo é feito com critério, em que são tomados cuidados com a forma de comunicar e também no *feedback*. Tais experiências são pautadas por um manual de redação, publicado antes mesmo dos canais digitais entrarem em funcionamento. Ou seja, os membros da equipe podem mudar que a comunicação continuará sendo a mesma, seguindo as normas já estabelecidas desde o início do projeto.

Essa característica, a unidade do discurso, é um aspecto presente não só nos Jovens Conectados, mas também na Igreja como um todo. Isso é perceptível ao analisar os Documentos da CNBB estudados para traçar o projeto dos Jovens Conectados. Em que há o cuidado de transmitir aos fiéis às decisões e formas de

evangelização definidas pela Igreja para que todos estudem, entendam e propaguem.

Com isso, se torna claro a importância que os Jovens Conectados tornaram para juventude católica, principalmente, por ser feito pelos jovens e com ajuda dos jovens em suas realidades locais. Sendo possível traçar planos para que o projeto se expanda e permaneça como uma base para todos que a utilizam e difunda nas expressões juvenis, dioceses.

E sob o aspecto da avaliação, destaca-se o modelo de desenvolvimento dos conteúdos determinante para melhor integração com o público. A colaboração dos usuários na criação das matérias os torna usuários-produtores e, provavelmente, serão reprodutores em outros canais *online*. E a utilização das redes sociais não só como produtora de conteúdo, mas também como replicadora de outros conteúdos, ou seja, a utilização de memes é um modo de está interligado com outros produtores de conteúdos católicos.

Por conseguinte, é preciso a boa gestão da comunicação. Algo que é feito através da adequação da evangelização nos meios digitais e da avaliação do *feedback*. Para aquele ser realizado foi preciso alinhar as características do veículo e do público alvo, o que foi feito com sucesso, em seguida, foi preciso conservá-las para que fosse mantida a audiência e integração nas mídias sociais. E para esse ser bem realizado é preciso conhecer os aspectos que influenciam os usuários nos acessos, sendo possível observar através dos dispositivos métricos e dos números de interações.

Por fim, foi possível observar que os jovens têm se empenhado a estarem ligados às informações dos Jovens Conectados e a difundi-las em sua realidade – seja em casa, no trabalho ou até mesmo entre seus amigos virtuais. Logo, nota-se

que a evangelização incorporou ao ambiente digital com todas as características necessárias, sem perder a sua essência.

Consoante com a pesquisa quantitativa realizada é possível perceber que houve modificação na comunicação entre a Igreja e os jovens pelos Jovens Conectados. Ao analisar que os jovens se tornaram mais ativos em suas comunidades e procurando notícias sobre a Igreja. É um reflexo do trabalho de qualidade realizado pela Equipe de Comunicação.

Em vista disso, o que se percebe é que os usuários das mídias sociais dos Jovens Conectados estão em busca de amadurecimento na fé por meio das matérias e informações noticiadas. Além de que os Jovens Conectados se tornaram uma referência, fonte de pesquisas para a juventude visto que são convidados a palestrar sobre a comunicação e evangelização e serem assessores de projetos semelhantes. Podendo dizer que o objetivo do projeto está sendo alcançado e atingindo o público-alvo, ao fazer o jovem ser presente na Igreja junto aos padres e bispos, e esses mais próximos da comunidade juvenil.

REFERÊNCIAS

ALVES-MAZZOTTI, Alda Judith; GEWANDSZNAJDER, Fernando. **O método nas ciências naturais e sociais: pesquisa quantitativa e qualitativa**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 2000.

BRANTL, George. **Catolicismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 1964.

CNBB. Documento 85 – **Evangelização da Juventude: desafios e perspectivas pastorais**. 5. ed. São Paulo: Paulinas, 2010.

CNBB. Documento 87 – **Diretrizes gerais da ação evangelizadora da Igreja no Brasil: 2008-2010**. 3. ed. São Paulo: Paulinas, 2008.

CNBB. Documento de Aparecida – **Texto conclusivo da V Conferência Geral do Episcopado Latino-americano e do Caribe: 13-31 de maio de 2007**. São Paulo: Paulinas, 2007.

ELIADE, Mircea; COULIANO, Joan P. **Dicionário das religiões**. São Paulo: Martins Fontes, 1995/1999.

FILORAMO, Giovanni; PRANDI, Carlo. **As ciências das religiões**. São Paulo: Paulus, 1999. Tradução de: José Maria de Almeida.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

TELLES, André. **A revolução das mídias sociais**: cases, conceitos, dicas e ferramentas. São Paulo: M.Books, 2010.

VIEIRA, Eduardo. **Os bastidores da internet no Brasil**. São Paulo: Manole, 2003.

ZILLES, Urbano. **Filosofia da religião**. Coleção Filosofia. 4. ed. São Paulo: Paulus, 2002.

APÊNDICE A – Entrevista Felipe Rodrigues

Coleta de dados: entrevista com equipe editorial dos Jovens Conectados

Quem produz os conteúdos disponibilizados no site e nas redes sociais:

1. Perfil profissional; participa de outras atividades na Igreja.

Felipe Rodrigues. Jornalista diplomado, graduando em Ciência Política pela Universidade de Brasília (UnB). Repórter da TV Canção Nova, sucursal de Brasília. Participei de outras atividades na Igreja, como pastoral de comunicação paroquial, ministério jovem da Renovação Carismática Católica, mas, atualmente, apenas participo da pastoral de música do Santuário Nossa Senhora do Perpétuo Socorro, em Taguatinga.

Como é feito o trabalho de desenvolvimento com o site e as redes sociais:

1. Como ocorre a elaboração dos conteúdos?

A elaboração dos conteúdos ocorre, basicamente, de três formas: Primeiramente, pela subequipe de conteúdo da Equipe Jovem de Comunicação (Jovens Conectados), que produz material para alimentar o site e as redes sociais. Depois, temos a contribuição de uma rede de colaboradores que se voluntariaram para colaborar e passaram por um “filtro”. Por fim, há os produtores de conteúdo que estão em suas (arqui) dioceses, movimentos, pastorais, novas comunidades, organismos e que produzem conteúdo referente à sua realidade eclesial e nos enviam. Os conteúdos que atendem aos nossos critérios de noticiabilidade e à nossa linha editorial são publicados. É importante observar que, no site, não há hierarquia entre o conteúdo produzido pelos membros da subequipe – internamente –, os colaboradores em rede e os colaboradores diocesanos. Além disso, toda a produção de conteúdo é feita por voluntários.

2. Como ocorreu a adequação da evangelização nos meios digitais?

Para evangelizar nos meios digitais, é necessário que se adéque a linguagem, a forma de comunicar e, principalmente, a forma de interação com o receptor da mensagem. Para que pudéssemos nos utilizar desse novo ambiente de comunicação, analisamos, primeiramente, o perfil do público que desejávamos alcançar e para quem nossa comunicação estaria voltada. Feito isso, montamos um manual de redação, no que diz respeito ao conteúdo, para que pudéssemos ter padrões de escrita e de resposta. Em grande parte, isso foi atribuição do coordenador de conteúdo da Equipe de Comunicação.

Como é a mensuração de alcance das mensagens disponibilizadas no site e nas redes sociais:

1. Como é feito o feedback das notícias/postagens?

Temos feedback nas redes sociais e, constantemente, recebemos solicitações de parcerias. Além disso, temos indicadores no site que mostram o número de acessos às matérias. Recebemos, também, comentários nas nossas postagens e respostas pelas redes sociais.

Como a evangelização através das novas mídias aproximou os jovens:

1. Houve fortalecimento do jovem na Igreja com o projeto dos Jovens Conectados?

Os Jovens Conectados tem sido um importante canal de comunhão entre as organizações eclesiais que trabalham com a juventude e a própria CNBB,

fortalecendo o que a conferência propõe no Documento sobre a Evangelização da Juventude, estimulando os jovens a serem protagonistas da evangelização.

APÊNDICE B – Entrevista Fernando Geronazzo

Coleta de dados: entrevista com equipe editorial dos Jovens Conectados

Quem produz os conteúdos disponibilizados no site e nas redes sociais:

1. Perfil profissional; participa de outras atividades na Igreja.

Fernando Geronazzo, 29 anos, graduado e licenciado em filosofia, pós-graduado em jornalismo multimídia. Repórter na Revista Família Cristã, da Editora Paulinas. Também presto serviços na área de comunicação na Arquidiocese de São Paulo e algumas paróquias e sou membro da Associação de Leigos Cooperadores Paulinos para o Evangelho.

Como é feito o trabalho de desenvolvimento com o site e as redes sociais:

1. Como ocorre a elaboração dos conteúdos?

Além dos conteúdos produzidos pelos jornalistas voluntários da subequipe de Conteúdo, como reportagens e coberturas de eventos, recebemos muitas notícias de colaboradores espalhados nas diferentes dioceses e expressões juvenis, como pastorais, movimentos, novas comunidades e congregações religiosas que atuam junto à juventude no país. Dentro da subequipe de conteúdo existem os responsáveis pelas redes sociais, que gerenciam o Facebook, Twitter e Instagram. Além de compartilharmos o conteúdo do próprio site, desenvolvemos ações específicas nas redes, as quais chamam popularmente de “memes”, que agora passam por uma nova fase de abordagem, dando destaque justamente para a diversidade de expressões juvenis da Igreja.

2. Como ocorreu a adequação da evangelização nos meios digitais?

Além de identificar a linguagem específica da rede, foi preciso identificar o público que interage conosco nas redes. Há uma preocupação muito grande em levar em consideração a diversidade de carismas e linguagens existentes dentro da Igreja. Embora sejamos a mesma Igreja, símbolos, expressões e conceitos são compreendidos de maneira diferente por cada grupo. Outra preocupação, e ao mesmo tempo um desafio, é o caráter institucional do projeto. Por ser o site oficial da Comissão para a Juventude da CNBB, é preciso o tempo todo ter consciência de que o que é publicado no site precisa corresponder ao pensamento da instituição.

Como é a mensuração de alcance das mensagens disponibilizadas no site e nas redes sociais:

1. Como é feito o feedback das notícias/postagens?

Basicamente pelas redes sociais, não apenas no número de seguidores e fãs, mas pelo aumento das interações. Os contatos para solicitações de parcerias, bem como os convites para assessorias em projetos e formações relacionados à comunicação e evangelização são os principais sinais do quanto o projeto se tornou uma referência no campo da evangelização da juventude no Brasil.

Como a evangelização através das novas mídias aproximou os jovens:

1. Houve fortalecimento do jovem na Igreja com o projeto dos Jovens Conectados?

O projeto dos Jovens Conectados permitiu, em primeiro lugar, que as diferentes expressões juvenis se conhecessem entre si, diminuindo preconceitos e distanciamentos próprios da falta de conhecimento. Essas expressões descobriram pontos em comum e, ao mesmo tempo, consolidaram suas identidades próprias, o

que é fundamental para a unidade. Outra contribuição importante é que tanto o site como as redes são canais para que juventude saiba o que os bispos têm a dizer para eles, assim como, também por meio do projeto, os bispos hoje têm mais condições de saber o que os jovens têm a dizer, o que eles pensam e como suas mensagens e iniciativas são assimiladas pela juventude. Mas, acima de tudo, o projeto é um espaço para que o jovem tenha voz. Portanto, é possível dizer que os Jovens Conectados tem cumprido seu papel de conectar a juventude entre si, com a Igreja, com a realidade que os cerca e principalmente favorece uma comunicação maior com Deus.

APÊNDICE C – Entrevista Moisés Oliveira

Coleta de dados: entrevista com equipe editorial dos Jovens Conectados

Quem produz os conteúdos disponibilizados no site e nas redes sociais:

1. *Perfil profissional; participa de outras atividades na Igreja.*

Moisés Oliveira Nazário. Jornalista em órgão público, em Brasília. Já colaborei na área de comunicação com a Arquidiocese de Brasília, mas nunca participei de nenhum movimento ou pastoral.

Como é feito o trabalho de desenvolvimento com o site e as redes sociais:

1. *Como ocorre a elaboração dos conteúdos?*

A maioria dos conteúdos é enviada por jovens representantes das expressões eclesiais. Algumas matérias são elaboradas especialmente para o site, como as de cobertura da peregrinação dos Símbolos da JMJ.

2. *Como ocorreu a adequação da evangelização nos meios digitais?*

No próprio site, procuramos usar uma linguagem leve, mas sem jamais perder a seriedade, afinal, trata-se de um site institucional.

Nas redes, procuramos utilizar todas as ferramentas disponíveis. No facebook, onde são mais de 70 mil fãs, fazemos bastante uso de imagens. Algo que fazemos são os cards de informação: uma foto associada a uma frase e a um link para o site. É algo que sempre surte com resultado.

Procuramos estar presentes também em várias redes, como o Twitter, o instagram, o Flickr e o youtube.

Como é a mensuração de alcance das mensagens disponibilizadas no site e nas redes sociais:

1. *Como é feito o feedback das notícias/postagens?*

Acompanhamos os acessos ao site pelo Google Analytics. E media, são 30 mil acessos por mês. Também acompanhamos pelas redes sociais. O próprio FB disponibiliza estatísticas de alcance. Em média, a página no Facebook tem 250 mil pessoas de alcance semanal, mas já chegou a 800 mil em algumas ocasiões.

Como a evangelização através das novas mídias aproximou os jovens:

1. *Houve fortalecimento do jovem na Igreja com o projeto dos Jovens Conectados?*

É difícil saber. O que percebemos é que melhorou a comunicação e a divulgação das atividades do jovem na Igreja, mas não temos como mensurar isso por enquanto.

APÊNDICE D – Entrevista Tiago Miranda

Coleta de dados: entrevista com equipe editorial dos Jovens Conectados

Quem produz os conteúdos disponibilizados no site e nas redes sociais:

1. Perfil profissional; participa de outras atividades na Igreja.

Sou jornalista, com pós-graduação em gestão da comunicação. Atualmente, só me dedico ao trabalho dos Jovens Conectados. Assim que terminar meu período no grupo, deixarei as atividades para voltar a dar catequese e ajudar nos vicentinos.

Como é feito o trabalho de desenvolvimento com o site e as redes sociais:

1. Como ocorre a elaboração dos conteúdos?

Boa parte do conteúdo que colocamos no site é enviada pelas dioceses e diferentes expressões juvenis atuantes no Brasil. Também republicamos matérias de interesse da juventude católica de outros sites.

De conteúdo autoral, buscamos publicar pelo menos uma vez por mês alguma reportagem especial sobre temática juvenil. Além disso, acompanhamos boa parte da peregrinação da Cruz e do Ícone de Maria pelas cidades do Brasil e também pelo Paraguai e Uruguai, sempre produzindo matérias, fotos e vídeos. Nem sempre as reportagens especiais, em grande parte feita por colaboradores que não fazem parte da equipe principal, têm sido entregues no prazo solicitado.

Nas redes sociais, além de postar as matérias, procuramos fazer algum conteúdo próprio para salientar alguma ação (como a Campanha da Fraternidade) ou fortalecer o conhecimento dos jovens que nos acompanham (como a parceria com os organizadores do Catecismo Jovem www.catecismojovem.com.br).

2. Como ocorreu a adequação da evangelização nos meios digitais?

Quando a equipe foi criada, a primeira necessidade que tivemos foi dialogar com os jovens pelo meio de comunicação mais utilizada nessa faixa etária, que é a internet. Sem entrar nas redes sociais e sem ter um site próprio, seria muito complicado mostrar para o jovem de hoje em dia a diversidade dos trabalhos e das espiritualidades juvenis existentes no Brasil atuante, bem como dar a conhecer, com linguagem acessível e interessante, tudo o que a Conferência Episcopal tem feito nesse trabalho de diálogo com a juventude.

Por isso, desde o início, a equipe de comunicação viu que o caminho para conexão com os jovens era a imersão nos meios digitais. Sem dispensar meios mais convencionais, como a publicação de uma revista/anuário com a informação de todas as diversas expressões juvenis católicas existentes no País e um programa de televisão. Enfim, a inserção nos meios digitais foi natural.

Como é a mensuração de alcance das mensagens disponibilizadas no site e nas redes sociais:

1. Como é feito o feedback das notícias/postagens?

Acompanhamos e respondemos a todas as postagens dos jovens e demais pessoas que nos acompanham no site e nas redes sociais. Também buscamos pelas enquetes saber por onde devemos caminhar.

Além disso, em diferentes encontros presenciais com coordenadores jovens de diferentes expressões juvenis buscamos ouvir as sugestões e críticas para adaptar e aprimorar nosso trabalho.

Porém, seria interessante haver mais interação com os internautas para saber se realmente o caminho que estamos percorrendo com a comunicação juvenil na Igreja Católica brasileira atende aos anseios dos jovens que nos buscam. E também procurar interpretar melhor as informações do Google Analytics para responder ao perfil de acesso (número de cliques, páginas mais acessadas, conteúdos mais procurados, etc.).

Como a evangelização através das novas mídias aproximou os jovens:

1. Houve fortalecimento do jovem na Igreja com o projeto dos Jovens Conectados?

Algo que aconteceu depois da existência do site e é inegável foi a criação em nível diocesano, estadual ou regional de equipes de comunicação para dar mais visibilidade ao trabalho eclesial dos jovens e com os jovens. Um ótimo exemplo é o portal <http://www.eaitche.com.br/> feito por jovens do Rio Grande do Sul que conseguiu em pouco tempo estruturar uma equipe com correspondentes jovens nas diferentes dioceses gaúchas para apresentar tudo o que acontece com a juventude católica local.

A partir dos Jovens Conectados, a realidade juvenil pode ter muito mais visibilidade na Igreja como um todo. Diferentes pastorais e mesmo organismos eclesiais conheceram melhor como os jovens hoje são Igreja a partir das informações disponíveis no site, feito por jovens, com a ajuda de jovens de todo o País.

APÊNDICE E – Questionário com os usuários

Coleta de dados: questionário enviado aos usuários dos Jovens Conectados

Apresentação e Termo de Consentimento

Olá!

Sou Livia Tamiris Vasconcelos aluna da pós-graduação em Gestão da Comunicação nas Organizações pelo UniCeub/Brasília.

Estou fazendo uma pesquisa sobre o uso das mídias sociais dos Jovens Conectados na evangelização da juventude.

A pesquisa tem por objetivo conhecer quem utiliza essas ferramentas de comunicação e como utilizam.

Peço a sua colaboração respondendo a pesquisa a seguir. As respostas são confidenciais e não precisa se identificar. O tempo de preenchimento é cerca de 3 minutos.

Solicita-se que nos itens de múltipla escolha, o respondente marque no máximo duas alternativas.

Qual é o perfil dos jovens que utilizam o site e as redes sociais:

Q1 [Editar questão](#) [Adicionar lógica de questão](#) [Mover](#) [Excluir](#)

*1. Estado (UF):

☐ AC
 ☐ AL
 ☐ AP
 ☐ AM
 ☐ BA
 ☐ CE
 ☐ DF
 ☐ ES
 ☐ GO
 ☐ MA
 ☐ MT
 ☐ MS
 ☐ MG
 ☐ PA
 ☐ PB
 ☐ PR
 ☐ PE
 ☐ PI
 ☐ RJ
 ☐ RN
 ☐ RS
 ☐ RO
 ☐ RR
 ☐ SC
 ☐ SP
 ☐ SE
 ☐ TO

Q2 [Editar questão](#) [Adicionar lógica de questão](#) [Mover](#) [Excluir](#)

*2. Gênero:

☐ Masculino
☐ Feminino

Q3 [Editar questão](#) [Adicionar lógica de questão](#) [Mover](#) [Excluir](#)

*3. Faixa etária:

☐ Até 18 anos
☐ De 18 a 25 anos
☐ De 25 a 35 anos
☐ Acima de 35 anos

Q4 [Editar questão](#) [Adicionar lógica de questão](#) [Mover](#) [Excluir](#)

***4. Participa ativamente de alguma expressão juvenil da igreja?**

- ☐ Sim
- ☐ Não

Q5 [Editar questão](#) [Adicionar lógica de questão](#) [Mover](#) [Excluir](#)

5. Se você respondeu sim, no item anterior, informe qual é a expressão juvenil engajada?

- ☐ Novas Comunidades
- ☐ Movimentos Juvenis
- ☐ Pastoral da Juventude
- ☐ Grupo Jovem
- ☐ Outro (especifique)

Características do uso das redes sociais

Solicita-se que nos itens abaixo, o respondente marque no máximo duas alternativas.

Q6 [Editar questão](#) [Adicionar lógica de questão](#) [Mover](#) [Excluir](#)

***6. Quais são os objetivos dos usuários que buscam informações no site e nas redes sociais?**

- ☐ Manter informado sobre a Igreja
- ☐ Conhecer as expressões juvenis brasileiras
- ☐ Buscar informações sobre os Boté Fé/JMJ
- ☐ Ler notícias sobre os acontecimentos da Igreja e da juventude na Igreja
- ☐ Ver vídeos
- ☐ Ver fotos

Q7 [Editar questão](#) [Adicionar lógica de questão](#) [Mover](#) [Excluir](#)

***7. Como recebem as informações encontradas no site e nas redes sociais?**

- ☐ Via facebook
- ☐ Via twitter
- ☐ Via site
- ☐ Indicação de amigos

Outro (especifique)

Q8 [Editar questão](#) [Adicionar lógica de questão](#) [Mover](#) [Excluir](#)

***8. Como utilizam as informações encontradas no site e nas redes sociais?**

- ☐ Para conhecimento próprio
- ☐ Para divulgar nas redes sociais
- ☐ Para utilizar em reuniões da expressão juvenil/paróquias
- ☐ Para compartilhar com a família
- ☐ Para pesquisas sobre o assunto

Q9 [Editar questão](#) [Adicionar lógica de questão](#) [Mover](#) [Excluir](#)

***9. Como propagam as informações encontradas no site e nas redes sociais?**

- ☐ Nas redes sociais
- ☐ Nas expressões juvenis
- ☐ Nas paróquias
- ☐ Em casa
- ☐ No trabalho

Q10 [Editar questão](#) [Adicionar lógica de questão](#) [Mover](#) [Excluir](#)

***10. Houve mudanças no seu relacionamento com a Igreja após o uso das mídias sociais dos Jovens Conectados?**

- ☐ Sim, estou mais participativo na minha paróquia, grupo, arquidiocese.
- ☐ Sim, tenho buscado mais notícias sobre a minha religião.
- ☐ Não houve diferença.
- ☐ Não, tornei-me menos participativo.